

中国日报社
2026年中华文明元宇宙传播计划项目
公开招标文件

项目编号：ZSLTC-2026-F195

采 购 人：中国日报社

采购代理机构：中盛隆国际招标（北京）有限公司

2026年09月

目 录

第一章	投标邀请	2
第二章	投标人须知	6
第三章	资格审查	23
第四章	评标程序、评标方法和评标标准	29
第五章	采购需求	43
第六章	拟签订的合同文本	60
第七章	投标文件格式	68

注：采购文件条款中以“■”形式标记的内容适用于本项目，以“□”形式标记的内容不适用于本项目。

第一章 投标邀请

一、项目基本情况

1.项目编号：ZSLTC-2026-F195

2.项目名称：中国日报社 2026 年中华文明元宇宙传播计划项目

3.项目预算金额：500 万元、项目最高限价：500 万元

4.采购需求：中国日报社 2026 年中华文明元宇宙传播计划，具体内容详见招标文件第五章《采购需求》。

5.合同履行期限：自合同签订之日起 1 年。

6.本项目是否接受联合体投标：☐是 ☒否。

二、申请人的资格要求（须同时满足）

1.满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；

2.落实政府采购政策需满足的资格要求：

2.1 中小企业政策

■本项目不专门面向中小企业预留采购份额。

☐本项目专门面向 ☐中小 ☐小微企业 采购。即：提供的货物全部由符合政策要求的中小/小微企业制造、服务全部由符合政策要求的中小/小微企业承接。

☐本项目预留部分采购项目预算专门面向中小企业采购。对于预留份额，提供的货物由符合政策要求的中小企业制造、服务由符合政策要求的中小企业承接。预留份额通过以下措施进行：无。

2.2 其它落实政府采购政策的资格要求（如有）：无。

3.本项目的特定资格要求：

3.1 本项目是否属于政府购买服务：

■否

☐是，公益一类事业单位、使用事业编制且由财政拨款保障的群团组织，不得作为承接主体；

3.2 其他特定资格要求：无。

三、获取招标文件

1.时间：2026 年 09 月 29 日至 2026 年 10 月 12 日，每天上午 9:00 至 12:00，下午 13:00 至 17:00（北京时间，法定节假日除外）。

2.地点：线上

3.方式：请有意向参与本项目的投标人按照附件（招标文件获取记录）要求填写相关信息，发至我公司邮箱（maxin@zsltc.com）并电话告知（010-88956517 转 801），经我公司确认通过后，以邮件方式予以通知，请及时查收邮件。

4.售价：600 元，售后不退。

四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

投标截止时间、开标时间：2026 年 10 月 20 日 09 点 00 分（北京时间）。

地点：北京市海淀区阜成路 58 号新洲商务大厦 302 室。

五、公告期限

自本公告发布之日起 5 个工作日。

六、其他补充事宜

本项目需要落实的政府采购政策：节约能源、保护环境、促进中小企业及监狱企业发展、促进残疾人就业、使用信用记录结果、绿色发展等，具体政府采购政策落实情况详见招标文件。

七、对本次招标提出询问，请按以下方式联系。

1.采购人信息

名 称：中国日报社

地 址：北京市朝阳区惠新东街 15 号

联系方式：王老师 010-64995407

2.采购代理机构信息

名 称：中盛隆国际招标（北京）有限公司

地 址：北京市海淀区阜成路 58 号新洲商务大厦 302 室

联系方式：010-88956517-202

3.项目联系方式

项目联系人：曹泽鹏、孙源滨、李蕊、魏菲、马春娟、赵中阳、刘震、李红梅、
李莉

电 话：010-88956517-202

中盛隆国际招标(北京)有限公司

附件

中盛隆国际招标（北京）有限公司

文件获取记录

项目名称	
项目编号	
供应商名称	
供应商联系方式	地址：
	座机电话：
	移动电话：
	电子邮箱：
	联系人：
文件获取价格/支付方式	每套 600 元人民币/转账支付
获取文件日期	年 月 日
获取文件代表签字	
开户名称：中盛隆国际招标（北京）有限公司通州分公司 开户行：交通银行北京定慧寺支行 账 号：110060544015004438716 提 示： 请用中文完整填写此表，并连同文件款银行电汇回执一并扫描返回我司，我司将以 E-mail 发出文件。 请供应商在银行电汇文件款时，在汇款附言里依次注明：项目编号/包号、用途和供应商名称，如“ZSLTC-202X-XXXX 文件款 XXXXXXXXXX 公司”。	

第二章 投标人须知

投标人须知资料表

本表是对投标人须知的具体补充和修改，如有矛盾，均以本资料表为准。标记“■”的选项意为适用于本项目，标记“□”的选项意为不适用于本项目。

条款号	条目	内容
2.2	项目属性	项目属性： ■服务 □货物
2.3	科研仪器设备	是否属于科研仪器设备采购项目： □是 ■否
2.4	核心产品	■关于核心产品本项目不适用。 □本项目__包为单一产品采购项目。 □本项目__包为非单一产品采购项目，核心产品为：_____。
3.1	现场考察	■不组织 □组织，考察时间：__年__月__日__点__分 考察地点：_____。
	开标前答疑会	■不召开 □召开，召开时间：__年__月__日__点__分 召开地点：_____。
4.1	样品	投标样品递交： ■不需要 □需要，具体要求如下： (1) 样品制作的标准和要求：_____ (2) 是否需要随样品提交相关检测报告： □不需要 □需要

条款号	条目	内容						
		(3) 样品递交要求：_____ (4) 未中标人样品退还：_____ (5) 中标人样品保管、封存及退还：_____ (6) 其他要求（如有）：_____。						
5.1.4	支持本国产品	☐ 适用，本国产品标准适用于货物，包括政府采购货物项目和服务项目中涉及的货物。适用本国产品标准的货物具体是指《政府采购品目分类目录》中的货物类产品，但不包括其中的房屋和构筑物，文物和陈列品，图书和档案，特种动植物，农林牧渔业产品，矿与矿物，电力、城市燃气、蒸汽和热水、水，食品、饮料和烟草原料，无形资产。 ☒ 不适用						
5.2.5	标的所属行业	本项目采购标的对应的中小企业划分标准所属行业： <table border="1"> <thead> <tr> <th>包号</th><th>标的名称</th><th>中小企业划分标准所属行业</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>01</td><td>中国日报社 2026 年中华文明元宇宙传播计划项目</td><td>软件和信息技术服务业</td></tr> </tbody> </table>	包号	标的名称	中小企业划分标准所属行业	01	中国日报社 2026 年中华文明元宇宙传播计划项目	软件和信息技术服务业
包号	标的名称	中小企业划分标准所属行业						
01	中国日报社 2026 年中华文明元宇宙传播计划项目	软件和信息技术服务业						
11.2	投标报价	投标报价的特殊规定： ☒ 无 ☐ 有，具体情形：_____。						
12.1	投标保证金	投标保证金金额：10 万元。 投标保证金收受人信息： 开户名称：中盛隆国际招标（北京）有限公司通州分公司 开户银行：交通银行北京定慧寺支行 账 号：110060544015004438716						
12.7.2		投标保证金可以不予退还的其他情形： ☒ 无 ☐ 有，具体情形：_____。						
13.1	投标有效期	自提交投标文件的截止之日起算 <u>90</u> 日历天。						
22.1	确定中标人	中标候选人并列的，采购人是否委托评标委员会确定中标人：						

条款号	条目	内容
		☒ 否 ☐ 是 中标候选人并列的，按照以下方式确定中标人： ☒ 得分且投标报价均相同的，以技术得分高者为中标人 ☐ 随机抽取
25.5	分包	本项目的非主体、非关键性工作是否允许分包： ☒ 不允许 ☐ 允许，具体要求： （1）可以分包履行的具体内容：_____； （2）允许分包的金额或者比例：_____； （3）其他要求：_____。
26.1.1	询问	询问送达形式：直接或邮寄方式
26.3	联系方式	接收询问和质疑的联系方式 联系部门：中盛隆国际招标（北京）有限公司招标部； 联系电话：010-88956517； 通讯地址：北京市海淀区阜成路 58 号新洲商务大厦 302 室。
27	代理费	收费对象： ☐ 采购人 ☒ 中标人 收费标准：采购代理机构将参照原国家发展计划委员会《招标代理服务收费管理暂行办法》（计价格[2002]1980 号）的收费标准，最高不超过预算金额的 2%收取代理服务费，在发放中标通知书的同时向中标人收取代理服务费； 缴纳时间：领取中标通知书时。

投标人须知

一 说 明

1 采购人、采购代理机构、投标人、联合体

- 1.1 采购人、采购代理机构：指依法进行政府采购的国家机关、事业单位、团体组织，及其委托的采购代理机构。本项目采购人、采购代理机构见第一章《投标邀请》。
- 1.2 投标人（也称“供应商”、“申请人”）：指向采购人提供货物、工程或者服务的法人、其他组织或者自然人。
- 1.3 联合体：指两个以上的自然人、法人或者其他组织组成一个联合体，以一个供应商的身份共同参加政府采购。

2 资金来源、项目属性、科研仪器设备采购、核心产品

- 2.1 资金来源为财政性资金和/或本项目采购中无法与财政性资金分割的非财政性资金。
- 2.2 项目属性见《投标人须知资料表》。
- 2.3 是否属于科研仪器设备采购见《投标人须知资料表》。
- 2.4 核心产品见《投标人须知资料表》。

3 现场考察、开标前答疑会

- 3.1 若《投标人须知资料表》中规定了组织现场考察、召开开标前答疑会，则投标人应按要求在规定的的时间和地点参加。
- 3.2 由于未参加现场考察或开标前答疑会而导致对项目实际情况不了解，影响投标文件编制、投标报价准确性、综合因素响应不全面等问题的，由投标人自行承担不利评审后果。

4 样品

- 4.1 本项目是否要求投标人提供样品，以及样品制作的标准和要求、是否需要随样品提交相关检测报告、样品的递交与退还等要求见《投标人须知资料表》。
- 4.2 样品的评审方法以及评审标准等内容见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

5 政府采购政策（包括但不限于下列具体政策要求）

5.1 采购本国货物、工程和服务

5.1.1 政府采购应当采购本国货物、工程和服务。但有《中华人民共和国政府采购法》第十条规定情形的除外。

5.1.2 本项目如接受非本国货物、工程、服务参与投标，则具体要求见第五章《采购需求》。

5.1.3 进口产品指通过中国海关报关验放进入中国境内且产自关境外的产品，包括已经进入中国境内的进口产品。关于进口产品的相关规定依据《政府采购进口产品管理办法》（财库〔2007〕119号文）、《关于政府采购进口产品管理有关问题的通知》（财办库〔2008〕248号文）。

5.1.4 本国产品标准适用于货物，包括政府采购货物项目和服务项目中涉及的货物。适用本国产品标准的货物具体是指《政府采购品目分类目录》中的货物类产品，但不包括其中的房屋和构筑物，文物和陈列品，图书和档案，特种动植物，农林牧渔业产品，矿与矿物，电力、城市燃气、蒸汽和热水、水，食品、饮料和烟草原料，无形资产。关于支持本国产品的相关规定依据《国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知》（国办发〔2025〕34号）、关于贯彻落实《国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知》的意见（财库〔2025〕30号）。

5.1.5 依据《国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知》（国办发〔2025〕34号要求，政府采购活动中既有本国产品又有非本国产品参与竞争的，依法对本国产品给予价格评审优惠，对本国产品的报价给予20%的价格扣除，用扣除后的价格参与评审。当采购项目或者采购包中含有多种产品，供应商为该采购项目或者采购包提供的符合本国产品标准的产品成本之和占该供应商提供的全部产品成本之和的比例达到80%以上时，依法对该供应商提供的全部产品给予价格评审优惠，即对该供应商提供的全部产品的总报价给予20%的价格扣除，用扣除后的价格参与评审。供应商对其提供的产品出具《关于符合本国产品标准的声明函》或财政部会同有关部门规定的有关证明文件，《声明函》或有关证明文件符合要求的，该产

品视为本国产品。

5.2 中小企业、监狱企业及残疾人福利性单位

5.2.1 中小企业定义：

5.2.1.1 中小企业是指在中华人民共和国境内依法设立，依据国务院批准的中小企业划分标准确定的中型企业、小型企业和微型企业，但与大企业的负责人为同一人，或者与大企业存在直接控股、管理关系的除外。符合中小企业划分标准的个体工商户，在政府采购活动中视同中小企业。关于中小企业的判定依据《中华人民共和国中小企业促进法》、《关于进一步加大政府采购支持中小企业力度的通知》（财库〔2022〕19号）、《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）、《关于印发中小企业划型标准规定的通知》（工信部联企业〔2011〕300号）、《金融业企业划型标准规定》（〔2015〕309号）等国务院批准的中小企业划分标准执行。

5.2.1.2 供应商提供的货物、工程或者服务符合下列情形的，享受中小企业扶持政策：

（1）在货物采购项目中，货物由中小企业制造，即货物由中小企业生产且使用该中小企业商号或者注册商标；

（2）在工程采购项目中，工程由中小企业承建，即工程施工单位为中小企业；

（3）在服务采购项目中，服务由中小企业承接，即提供服务的人员为中小企业依照《中华人民共和国劳动合同法》订立劳动合同的从业人员。

5.2.1.3 在货物采购项目中，供应商提供的货物既有中小企业制造货物，也有大型企业制造货物的，不享受中小企业扶持政策。

5.2.1.4 以联合体形式参加政府采购活动，联合体各方均为中小企业的，联合体视同中小企业。其中，联合体各方均为小微企业的，联合体视同小微企业。

5.2.2 在政府采购活动中，监狱企业视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等政府采购促进中小企业发展的政府采购政策。监狱

企业定义：是指由司法部认定的为罪犯、戒毒人员提供生产项目和劳动对象，且全部产权属于司法部监狱管理局、戒毒管理局、直属煤矿管理局，各省、自治区、直辖市监狱管理局、戒毒管理局，各地（设区的市）监狱、强制隔离戒毒所、戒毒康复所，以及新疆生产建设兵团监狱管理局、戒毒管理局的企业。

5.2.3 在政府采购活动中，残疾人福利性单位视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等促进中小企业发展的政府采购政策。残疾人福利性单位定义：享受政府采购支持政策的残疾人福利性单位应当同时满足以下条件：

5.2.3.1 安置的残疾人占本单位在职职工人数的比例不低于 25%（含 25%），并且安置的残疾人人数不少于 10 人（含 10 人）；

5.2.3.2 依法与安置的每位残疾人签订了一年以上（含一年）的劳动合同或服务协议；

5.2.3.3 为安置的每位残疾人按月足额缴纳了基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险等社会保险费；

5.2.3.4 通过银行等金融机构向安置的每位残疾人，按月支付了不低于单位所在区县适用的经省级人民政府批准的月最低工资标准的工资；

5.2.3.5 提供本单位制造的货物、承担的工程或者服务（以下简称产品），或者提供其他残疾人福利性单位制造的货物（不包括使用非残疾人福利性单位注册商标的货物）；

5.2.3.6 前款所称残疾人是指法定劳动年龄内，持有《中华人民共和国残疾人证》或者《中华人民共和国残疾军人证（1 至 8 级）》的自然人，包括具有劳动条件和劳动意愿的精神残疾人。在职职工人数是指与残疾人福利性单位建立劳动关系并依法签订劳动合同或服务协议的雇员人数。

5.2.4 本项目是否专门面向中小企业预留采购份额见第一章《投标邀请》。

5.2.5 采购标的对应的中小企业划分标准所属行业见《投标人须知资料表》。

5.2.6 小微企业价格评审优惠的政策调整：见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

5.3 政府采购节能产品、环境标志产品

- 5.3.1 政府采购节能产品、环境标志产品实施品目清单管理。财政部、发展改革委、生态环境部等部门根据产品节能环保性能、技术水平和市场成熟程度等因素，确定实施政府优先采购和强制采购的产品类别及所依据的相关标准规范，以品目清单的形式发布并适时调整。依据品目清单和认证证书实施政府优先采购和强制采购。
- 5.3.2 采购人拟采购的产品属于品目清单范围的，采购人及其委托的采购代理机构依据国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品、环境标志产品认证证书，对获得证书的产品实施政府优先采购或强制采购。关于政府采购节能产品、环境标志产品的相关规定依据《关于调整优化节能产品、环境标志产品政府采购执行机制的通知》（财库〔2019〕9号）。
- 5.3.3 如本项目采购产品属于实施政府强制采购品目清单范围的节能产品，则投标人所报产品必须获得国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书，否则**投标无效**；
- 5.3.4 非政府强制采购的节能产品或环境标志产品，依据品目清单和认证证书实施政府优先采购。优先采购的具体规定见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》（如涉及）。

5.4 正版软件

- 5.4.1 各级政府部门在购置计算机办公设备时，必须采购预装正版操作系统软件的计算机产品，相关规定依据《国家版权局、信息产业部、财政部、国务院机关事务管理局关于政府部门购置计算机办公设备必须采购已预装正版操作系统软件产品的通知》（国权联〔2006〕1号）、《国务院办公厅关于进一步做好政府机关使用正版软件工作的通知》（国办发〔2010〕47号）、《财政部关于进一步做好政府机关使用正版软件工作的通知》（财预〔2010〕536号）。

5.5 网络安全专用产品

- 5.5.1 根据《关于调整网络安全专用产品安全管理有关事项的公告》（2023年第1号），所提供产品属于列入《网络关键设备和网络安全专用产品目录》的网络安全专用产品时，应当按照《信息安全技术网络安

全专用产品安全技术要求》等相关国家标准的强制性要求，由具备资格的机构安全认证合格或者安全检测符合要求。

5.6 采购需求标准

5.6.1 商品包装、快递包装政府采购需求标准（试行）

为助力打好污染防治攻坚战，推广使用绿色包装，根据财政部关于印发《商品包装政府采购需求标准（试行）》、《快递包装政府采购需求标准（试行）》的通知（财办库〔2020〕123号），本项目如涉及商品包装和快递包装的，则其具体要求见第五章《采购需求》。

5.6.2 其他政府采购需求标准

为贯彻落实《深化政府采购制度改革方案》有关要求，推动政府采购需求标准建设，财政部门会同有关部门制定发布的其他政府采购需求标准，本项目如涉及，则具体要求见第五章《采购需求》。

6 投标费用

6.1 投标人应自行承担所有与准备和参加投标有关的费用，无论投标的结果如何，采购人或采购代理机构在任何情况下均无承担这些费用的义务和责任。

二 招标文件

7 招标文件构成

7.1 招标文件包括以下部分：

- 第一章 投标邀请
- 第二章 投标人须知
- 第三章 资格审查
- 第四章 评标程序、评标方法和评标标准
- 第五章 采购需求
- 第六章 拟签订的合同文本
- 第七章 投标文件格式

7.2 投标人应认真阅读招标文件的全部内容。投标人应按照招标文件要求提交投标文件并保证所提供的全部资料的真实性，并对招标文件做出实质性响应，否则**投标无效**。

8 对招标文件的澄清或修改

- 8.1 采购人或采购代理机构对已发出的招标文件进行必要澄清或者修改的，将在原公告发布媒体上发布更正公告，并以书面形式通知所有获取招标文件的潜在投标人。
- 8.2 上述书面通知，按照获取招标文件的潜在投标人提供的联系方式发出，因提供的信息有误导致通知延迟或无法通知的，采购人或采购代理机构不承担责任。
- 8.3 澄清或者修改的内容为招标文件的组成部分，并对所有获取招标文件的潜在投标人具有约束力。澄清或者修改的内容可能影响投标文件编制的，将在投标截止时间至少 15 日前，以书面形式通知所有获取招标文件的潜在投标人；不足 15 日的，将顺延提交投标文件的截止时间和开标时间。

三 投标文件的编制

9 投标范围、投标文件中计量单位的使用及投标语言

- 9.1 本项目如划分采购包，投标人可以对本项目的其中一个采购包进行投标，也可同时对多个采购包进行投标。投标人应当对所投采购包对应第五章《采购需求》所列的全部内容进行投标，不得将一个采购包中的内容拆分投标，否则其对该采购包的投标将被认定为**无效投标**。
- 9.2 除招标文件有特殊要求外，本项目投标所使用的计量单位，应采用中华人民共和国法定计量单位。
- 9.3 除专用术语外，投标文件及来往函电均应使用中文书写。必要时专用术语应附有中文解释。投标人提交的支持资料和已印制的文献可以用外文，但相应内容应附有中文翻译本，在解释投标文件时以中文翻译本为准。未附中文翻译本或翻译本中文内容明显与外文内容不一致的，其不利后果由投标人自行承担。

10 投标文件构成

- 10.1 投标人应当按照招标文件的要求编制投标文件。投标文件应由《资格证明文件》、《商务技术文件》两部分构成。投标文件的部分格式要求，见第七章《投标文件格式》。
- 10.2 对于招标文件中标记了“实质性格式”文件的，投标人不得改变格式中给定的文字所表达的含义，不得删减格式中的实质性内容，不得自行添加与格式中

给定的文字内容相矛盾的内容，不得对应当填写的空格不填写或不实质性响应，否则**投标无效**。未标记“实质性格式”的文件和招标文件未提供格式的内容，可由投标人自行编写。

10.3 第四章《评标程序、评标方法和评标标准》中涉及的证明文件。

10.4 对照第五章《采购需求》，说明所提供货物和服务已对第五章《采购需求》做出了响应，或申明与第五章《采购需求》的偏差和例外。如第五章《采购需求》中要求提供证明文件的，投标人应当按具体要求提供证明文件。

10.5 投标人认为应附的其他材料。

11 投标报价

11.1 所有投标均以人民币报价。

11.2 投标人的报价应包括为完成本项目所发生的一切费用和税费，采购人将不再支付报价以外的任何费用。投标人的报价应包括但不限于以下内容，《投标人须知资料表》中有特殊规定的，从其规定。

11.2.1 投标货物及标准附件、备品备件、专用工具等的出厂价（包括已在中国国内的进口货物完税后的仓库交货价、展室交货价或货架交货价）和运至最终目的地的运输费和保险费，安装调试、检验、技术服务、培训、质量保证、售后服务、税费等；

11.2.2 按照招标文件要求完成本项目的全部相关费用。

11.3 采购人不得向供应商索要或者接受其给予的赠品、回扣或者与采购无关的其他商品、服务。

11.4 投标人不能提供任何有选择性或可调整的报价（招标文件另有规定的除外），否则其**投标无效**。

12 投标保证金

12.1 投标人应按《投标人须知资料表》中规定的金额及要求交纳投标保证金。投标人自愿超额缴纳投标保证金的，投标文件不做无效处理。

12.2 交纳投标保证金可采用的形式：政府采购法律法规接受的支票、汇票、本票、网上银行支付或者金融机构、担保机构出具的保函等非现金形式。

12.3 投标保证金到账（保函提交）截止时间同投标截止时间。以支票、汇票、本票、网上银行支付等形式提交投标保证金的，应在投标截止时间前到账；以金融机构、担保机构出具的保函等形式提交投标保证金的，应在投标截止时

间前将原件提交至采购代理机构。未按上述要求缴纳投标保证金的，其**投标无效**。

12.4 投标人需在投标文件中提供“投标保证金凭证/交款单据复印件”。

12.5 投标保证金有效期同投标有效期。

12.6 投标人为联合体的，可以由联合体中的一方或者多方共同交纳投标保证金，其交纳的投标保证金对联合体各方均具有约束力。

12.7 采购人、采购代理机构将及时退还投标人的投标保证金，采用银行保函、担保机构担保函等形式递交的投标保证金，经投标人同意后采购人、采购代理机构可以不再退还，但因投标人自身原因导致无法及时退还的除外：

12.7.1 投标人在投标截止时间前撤回已提交的投标文件的，自收到投标人书面撤回通知之日起 5 个工作日内退还已收取的投标保证金；

12.7.2 中标人的投标保证金，自采购合同签订之日起 5 个工作日内退还中标人；

12.7.3 未中标投标人的投标保证金，自中标通知书发出之日起 5 个工作日内退还未中标人；

12.7.4 终止招标项目已经收取投标保证金的，自终止采购活动后 5 个工作日内退还已收取的投标保证金及其在银行产生的孳息。

12.8 有下列情形之一的，采购人或采购代理机构可以不予退还投标保证金：

12.8.1 投标有效期内投标人撤销投标文件的；

12.8.2 《投标人须知资料表》中规定的其他情形。

13 投标有效期

13.1 投标文件应在本招标文件《投标人须知资料表》中规定的投标有效期内保持有效，投标有效期少于招标文件规定期限的，其**投标无效**。

14 投标文件的签署、盖章

14.1 投标人提供投标文件一份正本、五份副本、一份电子版（U 盘形式，Word 及正本签字盖章扫描 PDF 格式，不予退还），投标文件“资格、资信证明文件册”的纸质正本及副本须在封面清楚地标明“资格、资信证明文件册”以及“正本”或“副本”并写明所投标项目名称；投标文件的其它组成内容的纸质正本及副本须在封面除了清楚地标明“正本”或“副本”并写明所投标项目名称外，还应尽量注明该纸质文件的内容（例如“商务技术册”“上册”、“下册”“图纸”或“附件”

等）。若投标文件副本与正本不符，以正本为准。电子版与纸质文件不符，以纸质文件为准。

- 14.2 投标文件的正本需打印或用不退色墨水书写，并按要求由投标人的法定代表人/负责人或经其正式授权的代表在投标文件上签字或盖章，并加盖投标人公章。法定代表人/负责人签署投标文件的，应提交法定代表人/负责人身份证明；授权代表签署投标文件的，应提交“法定代表人/负责人授权书”，投标人应将上述证明附在投标文件中。如对投标文件进行了修改，则应由投标人的法定代表人/负责人或经其正式授权的代表在修改的内容上签字或盖章。投标文件应当装订成册，编制页码。投标文件的副本可采用正本的复印件。
- 14.3 任何行间插字、涂改和增删，必须由投标人法定代表人/负责人或经其正式授权的代表签字或盖章后才有效。
- 14.4 投标文件因字迹潦草或表达不清所引起的后果由投标人负责。
- 14.5 本招标文件中所要求加盖的投标人公章是指与投标人名称全称相一致的“行政公章”，不得加盖其它“合同专用章、投标专用章、财务专用章”等非行政公章；“签字”是指投标人法定代表人（单位负责人）在招标文件规定处亲笔写上本人姓名；“法定代表人（单位负责人）签章或印鉴”是指投标人法定代表人（单位负责人）在招标文件规定处加盖个人名章、手签章、印鉴等。“法定代表人（单位负责人）”指投标人营业执照或登记证书载明的“法定代表人”、“负责人”、“执行事务合伙人”、“投资人”等。
- 14.6 以联合体投标的，除招标文件格式中要求外，招标文件要求的投标人盖章处应加盖联合体协议中约定的联合体牵头人公章或所有联合体成员公章。

四 投标文件的提交

15 投标文件的提交

- 15.1 投标时，投标人应将开标一览表、投标文件（资格证明文件）（包含正副本）、投标文件（商务技术文件）、（包含正副本）、投标文件电子版分开单独密封提交。投标人单独提交的“开标一览表”应为**原件**，同时，**投标文件正本中也应附有此表原件**。
- 15.2 如果投标文件未密封的，采购人、采购代理机构应当拒收。
- 15.3 所有封装封面上均应：

- (1) 清楚标明递交至招标公告或投标邀请中指明的地址。
- (2) 注明招标公告或投标邀请中指明的项目名称、项目编号和“在（开标时间）之前不得启封”的字样。
- (3) 写明投标人名称和地址，以便若其投标被宣布为“迟到”投标时，能原封退回。
- (4) 在密封封口处加盖投标人公章，也可由法定代表人/负责人或其授权代表签字或盖章。

16 投标截止时间

- 16.1 投标人应在招标公告或投标邀请中规定的截止日期和时间前，将投标文件递交至采购代理机构，递交地点应是招标公告或投标邀请中规定的地址。
- 16.2 采购人有权按本须知的规定，通过修改招标文件延长投标截止时间。在此情况下，采购人、采购代理机构和投标人受投标截止时间制约的所有权利和义务均应延长至新的截止时间。
- 16.3 逾期送达的投标文件，采购人、采购代理机构应当拒收。

17 投标文件的修改与撤回

- 17.1 投标截止时间前，投标人可以对所提交的投标文件进行补充、修改或者撤回。但应就其补充、修改或者撤回通知采购人或采购代理机构。
- 17.2 投标人对投标文件的补充、修改的内容应当按照招标文件要求签署、盖章，作为投标文件的组成部分。

五 开标、资格审查及评标

18 开标

- 18.1 采购人或采购代理机构将按招标文件的规定，在投标截止时间的同一时间和招标文件预先确定的地点组织开标。
- 18.2 开标时，由投标人或其推选的代表检查投标文件的密封情况，经确认无误后，由采购代理机构工作人员当众拆封，宣布投标人名称、投标价格和招标文件规定的需要宣布的其他内容。
- 18.3 采购代理机构将对开标过程进行记录，由参加开标的各投标人代表和相关工作人员签字确认。投标人未参加开标的，视同认可开标结果。
- 18.4 投标人对开标过程和开标记录有疑义，以及认为采购人、采购代理机构相关

工作人员有需要回避的情形的，应当场提出询问或者回避申请。采购人、采购代理机构对投标人提出的询问或者回避申请将及时处理。

18.5 投标人不足 3 家的，不予开标。

19 资格审查

19.1 见第三章《资格审查》。

20 评标委员会

20.1 评标委员会根据政府采购有关规定和本次采购项目的特点进行组建，并负责具体评标事务，独立履行职责。

20.2 评审专家须符合《财政部关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》（财库〔2016〕125 号）的规定。依法自行选定评审专家的，采购人和采购代理机构将查询有关信用记录，对具有行贿、受贿、欺诈等不良信用记录的人员，拒绝其参与政府采购活动。

21 评标程序、评标方法和评标标准

21.1 见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

六 确定中标

22 确定中标人

22.1 采购人将在评标报告确定的中标候选人名单中按顺序确定中标人，中标候选人并列的，由采购人或者采购人委托评标委员会按照招标文件规定的方式确定中标人；招标文件未规定的，采取随机抽取的方式确定。采购人是否委托评标委员会直接确定中标人，见《投标人须知资料表》。中标候选人并列的，按照《投标人须知资料表》要求确定中标人。

23 中标公告与中标通知书

23.1 采购人或采购代理机构自中标人确定之日起 2 个工作日内，在中国政府采购网公告中标结果，同时向中标人发出中标通知书，中标公告期限为 1 个工作日。

23.2 中标通知书对采购人和中标供应商均具有法律效力。中标通知书发出后，采购人改变中标结果的，或者中标供应商放弃中标项目的，应当依法承担法律责任。

24 废标

24.1 在招标采购中，出现下列情形之一的，应予废标：

24.1.1 符合专业条件的供应商或者对招标文件作实质响应的供应商不足三家的；

24.1.2 出现影响采购公正的违法、违规行为的；

24.1.3 投标人的报价均超过了采购预算或最高限价，采购人不能支付的；

24.1.4 因重大变故，采购任务取消的。

24.2 废标后，采购人将废标理由书面通知所有投标人。

25 签订合同

25.1 中标人、采购人应当自中标通知书发出之日起 30 日内，按照招标文件和中标人投标文件的规定签订书面合同。所签订的合同不得对招标文件确定的事项和中标人投标文件作实质性修改。

25.2 中标人拒绝与采购人签订合同的，采购人可以按照评标报告推荐的中标候选人名单排序，确定下一候选人为中标人，也可以重新开展政府采购活动。

25.3 联合体中标的，联合体各方应当共同与采购人签订合同，就采购合同约定的事项向采购人承担连带责任。

25.4 政府采购合同不能转包。

25.5 采购人允许采用分包方式履行合同的，中标人可以依法在中标后将中标项目的非主体、非关键性工作采取分包方式履行合同。本项目的非主体、非关键性工作是否允许分包，见《投标人须知资料表》。政府采购合同分包履行的，应当在投标文件中载明分包承担主体，分包承担主体应当具备相应资质条件且不得再次分包，否则**投标无效**。中标人就采购项目和分包项目向采购人负责，分包供应商就分包项目承担责任。

26 询问与质疑

26.1 询问

26.1.1 投标人对政府采购活动事项有疑问的，可依法向采购人或采购代理机构提出询问，提出形式见《投标人须知资料表》。

26.1.2 采购人或采购代理机构对供应商依法提出的询问，在 3 个工作日内作出答复，但答复的内容不得涉及商业秘密。

26.2 质疑

26.2.1 投标人认为采购文件、采购过程、中标结果使自己的权益受到损害的，

可以在知道或者应知其权益受到损害之日起 7 个工作日内，以书面形式向采购人、采购代理机构提出质疑。采购人、采购代理机构在收到质疑函后 7 个工作日内作出答复。

26.2.2 质疑函须使用财政部制定的范本文件。投标人为自然人的，质疑函应当由本人签字；投标人为法人或者其他组织的，质疑函应当由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。

26.2.3 投标人委托代理人进行质疑的，应当随质疑函同时提交投标人签署的法定代表人授权委托书。法定代表人授权委托书应当载明代理人的姓名或者名称、代理事项、具体权限、期限和相关事项。投标人为自然人的，应当由本人签字；投标人为法人或者其他组织的，应当由法定代表人、主要负责人签字或者盖章，并加盖公章。

26.2.4 投标人应在法定质疑期内一次性提出针对同一采购程序环节的质疑，法定质疑期内针对同一采购程序环节再次提出的质疑，采购人、采购代理机构有权不予答复。

26.3 接收询问和质疑的联系部门、联系电话和通讯地址见《投标人须知资料表》。

27 代理费

27.1 收费对象、收费标准及缴纳时间见《投标人须知资料表》。由中标人支付的，中标人须一次性向采购代理机构缴纳代理费，投标报价应包含代理费用。

第三章 资格审查

一、资格审查程序

- 1 开标结束后，采购人或采购代理机构将根据《资格审查要求》中的规定，对投标人进行资格审查，并形成资格审查结果。
- 2 《资格审查要求》中对格式有要求的，除招标文件另有规定外，均为“实质性格式”文件。
- 3 投标人《资格证明文件》有任何一项不符合《资格审查要求》的，资格审查不合格，其**投标无效**。
- 4 资格审查合格的投标人不足 3 家的，不进行评标。

二、资格审查要求

序号	审查因素	审查内容	格式要求
1	满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定	具体规定见第一章《投标邀请》	

序号	审查因素	审查内容	格式要求
1-1	营业执照等证明文件	投标人为企业（包括合伙企业）的，应提供有效的“营业执照”； 投标人为事业单位的，应提供有效的“事业单位法人证书”； 投标人是非企业机构的，应提供有效的“执业许可证”、“登记证书”等证明文件； 投标人是个体工商户的，应提供有效的“个体工商户营业执照”； 投标人是自然人的，应提供有效的自然人身份证明。 分支机构参加投标的，应提供该分支机构或其所属法人/其他组织的相应证明文件；同时还应提供其所属法人/其他组织出具的授权其参与本项目的授权书（格式自拟，须加盖其所属法人/其他组织的公章）；对于银行、保险、石油石化、电力、电信等行业的分支机构，可以提供上述授权，也可以提供其所属法人/其他组织的有关文件或制度等能够证明授权其独立开展业务的证明材料。	提供证明文件的复印件
1-2	财务状况报告	财务状况报告（须提供 2025 年度审计报告（包括审计意见及财务报表）的复印件或近三个月内开具的资信证明的复印件，资信证明中如明确注明复印无效的则必须提供资信证明原件，资信证明的抬头应为采购人名称或采购代理机构名称或空白抬头）	提供证明文件的复印件

序号	审查因素	审查内容	格式要求
1-3	缴纳税收凭证	投标人递交《投标文件》截止时间前 6 个月内任意一次缴纳税收的凭证复印件（缴纳税收凭证复印件须清晰可辨；依法免税的投标人，应提供相应文件证明其依法免税）	提供证明文件的复印件
1-4	缴纳社会保障资金凭证	投标人递交《投标文件》截止时间前 6 个月内任意一次缴纳社会保障资金的凭证复印件（缴纳税收凭证复印件须清晰可辨；依法不需缴纳社会保障资金的投标人，应提供相应文件证明其依法不需缴纳社会保障资金）	提供证明文件的复印件
1-5	具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料	提供了符合招标文件要求的《投标人情况表》	格式见《投标文件格式》
1-6	无重大违法记录的书面声明	参加政府采购活动前 3 年内在经营活动中没有重大违法记录（重大违法记录指因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚，不包括因违法经营被禁止在一定期限内参加政府采购活动，但期限已经届满的情形）的书面声明	格式自拟，提供书面声明并加盖供应商公章

序号	审查因素	审查内容	格式要求
1-7	投标人信用记录	查询渠道：信用中国网站和中国政府采购网（www.creditchina.gov.cn、www.ccgp.gov.cn）； 截止时点：投标截止时间以后、资格审查阶段采购人或采购代理机构的实际查询时间； 信用信息查询记录和证据留存具体方式：查询结果网页打印页作为查询记录和证据，与其他采购文件一并保存； 信用信息的使用原则：经认定的被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单的投标人，其投标无效。联合体形式投标的，联合体成员存在不良信用记录，视同联合体存在不良信用记录。	无须投标人提供，由采购人或采购代理机构查询。
1-8	法律、行政法规规定的其他条件	法律、行政法规规定的其他条件	/
2	落实政府采购政策需满足的资格要求	具体要求见第一章《投标邀请》	
2-1	其它落实政府采购政策的资格要求	如有，见第一章《投标邀请》	提供证明文件的复印件
3	本项目的特定资格要求	如有，见第一章《投标邀请》	

序号	审查因素	审查内容	格式要求
3-1	本项目对于联合体的要求	1、如本项目接受联合体投标，且投标人为联合体时必须提供《联合协议》，明确各方拟承担的工作和责任，并指定联合体牵头人，授权其代表所有联合体成员负责本项目投标和合同实施阶段的牵头、协调工作。该联合协议应当作为投标文件的组成部分，与投标文件其他内容同时递交。 2、联合体各成员单位均须提供本表中序号 1-1、1-2 的证明文件。联合体各成员单位均应满足本表 3-2 项规定。 3、本表序号 3-3 项规定的其他特定资格要求中的每一小项要求，联合体各方中至少应当有一方符合本表中其他资格要求并提供证明文件。 4、联合体中有同类资质的供应商按照联合体分工承担相同工作的，应当按照资质等级较低的供应商确定资质等级。 5、以联合体形式参加政府采购活动的，联合体各方不得再单独参加或者与其他供应商另外组成联合体参加同一合同项下的政府采购活动。 6、若联合体中任一成员单位中途退出，则该联合体的投标无效。 7、本项目不接受联合体投标时，投标人不得为联合体。	提供《联合协议》原件 格式见《投标文件格式》
3-2	政府购买服务承接主体的要求	如本项目属于政府购买服务，投标人不属于公益一类事业单位、使用事业编制且由财政拨款保障的群团组织。	格式见《投标文件格式》

序号	审查因素	审查内容	格式要求
3-3	其他特定资格要求	如有，见第一章《投标邀请》	提供证明文件的复印件
4	投标保证金	按照招标文件的规定提交投标保证金。	
5	投标人其他资格声明	提供了符合招标文件要求的《投标人其他资格声明》	格式见《投标文件格式》并加盖供应商公章

第四章 评标程序、评标方法和评标标准

一、评标方法

1 投标文件的符合性审查

- 1.1 评标委员会对资格审查合格的投标人的投标文件进行符合性审查，以确定其是否满足招标文件的实质性要求。
- 1.2 评标委员会根据《符合性审查要求》中规定的审查因素和审查内容，对投标人的投标文件是否实质上响应招标文件进行符合性审查，并形成符合性审查评审结果。投标人《商务技术文件》有任何一项不符合《符合性审查要求》要求的，**投标无效**。

符合性审查要求

序号	审查因素	审查内容
1	法定代表人授权委托书	按招标文件要求提供法定代表人授权委托书；
2	投标完整性	未将一个采购包中的内容拆分投标；
3	投标报价	投标报价未超过招标文件中规定的项目/采购包预算金额或者项目/采购包最高限价；
4	报价唯一性	投标文件未出现可选择性或可调整的报价（招标文件另有规定的除外）；
5	投标有效期	投标文件中承诺的投标有效期满足招标文件中载明的投标有效期的；
6	实质性格式	标记为“实质性格式”的文件均按招标文件要求提供且签署、盖章的；
7	★号条款响应	投标文件满足招标文件第五章《采购需求》中★号条款要求的；
8	拟分包情况说明（如有）	如本项目（包）非因“落实政府采购政策”亦允许分包，且供应商拟进行分包时，必须提供；否则无须提供；
9	分包其他要求（如有）	分包履行的内容、金额或者比例未超出《投标人须知资料表》中的规定； 分包承担主体具备《投标人须知资料表》载明的资质条件且提

		供了资质证书复印件（如有）；
10	报价的修正（如有）	不涉及报价修正，或投标文件报价出现前后不一致时，投标人对修正后的报价予以确认（如有）；
11	报价合理性	报价合理，或投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，能够应评标委员会要求在规定时间内证明其报价合理性的；
12	进口产品（如有）	招标文件不接受进口产品投标的内容时，投标人所投产品不含进口产品；
13	国家有关部门对投标人的投标产品有强制性规定或要求的	国家有关部门对投标人的投标产品有强制性规定或要求的（如相应技术、安全、节能和环保等），投标人的投标产品应符合相应规定或要求，并提供证明文件复印件： 1）采购的产品若属于《节能产品政府采购品目清单》范围中政府强制采购产品，则投标人所报产品必须获得国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书； 2）所投产品属于列入《网络关键设备和网络安全专用产品目录》的网络安全专用产品时，应当按照《信息安全技术网络安全专用产品安全技术要求》等相关国家标准的强制性要求，由具备资格的机构安全认证合格或者安全检测符合要求；（如该产品已经获得公安部颁发的计算机信息系统安全专用产品销售许可证，且在有效期内，亦视为符合要求）
14	公平竞争	投标人遵循公平竞争的原则，不存在恶意串通，妨碍其他投标人的竞争行为，不存在损害采购人或者其他投标人的合法权益情形的；
15	串通投标	不存在《政府采购货物和服务招标投标管理办法》视为投标人串通投标的情形：（一）不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；（二）不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；（三）不同投标人的投标文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人；（四）不同投标人的投标文件异常一致或者投标报价呈规律性差异；（五）不同投标人的投标文件相

		互混装；（六）不同投标人的投标保证金从同一单位或者个人的账户转出；
16	附加条件	投标文件未含有采购人不能接受的附加条件的；
17	其他无效情形	投标人、投标文件不存在符合法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

中盛隆国际招标(北京)有限公司

2 投标文件有关事项的澄清或者说明

- 2.1 评标过程中，评标委员会将以书面形式要求投标人对其投标文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容，作出必要的澄清、说明或者补正。投标人的澄清、说明或者补正应当采用书面形式，并加盖公章，或者由法定代表人（若投标人为事业单位或其他组织或分支机构，可为单位负责人）或其授权的代表签字。投标人的澄清、说明或者补正不得超出投标文件的范围或者改变投标文件的实质性内容。澄清文件将作为投标文件内容的一部分。
- 2.2 评标委员会认为投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，有权要求该投标人在评标现场合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；若投标人不能证明其报价合理性，评标委员会将其作为**无效投标处理**。
- 2.3 投标报价须包含招标文件全部内容，如分项报价表有缺漏视为已含在其他各项报价中，将不对投标总价进行调整。评标委员会有权要求投标人在评标现场合理的时间内对此进行书面确认，投标人不确认的，视为将一个采购包中的内容拆分投标，其**投标无效**。
- 2.4 投标文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：
- 2.4.1 招标文件对于报价修正是否另有规定：
- ☐有，具体规定为：_____
- ☒无，按下述 2.4.2-2.4.6 项规定修正。
- 2.4.2 公开唱出的开标一览表（报价表）与投标文件中开标一览表（报价表）内容不一致的，以公开唱出的开标一览表（报价表）为准；
- 2.4.3 公开唱出的开标一览表（报价表）内容与投标文件中相应内容不一致的，以公开唱出的开标一览表（报价表）为准；
- 2.4.4 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；
- 2.4.5 分项报价表中汇总金额与公开唱出的价格不一致，以公开唱出的开标一览表（报价表）的总价为准，并修改单价；
- 2.4.6 同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。修正后的报价经投标人书面确认后产生约束力，投标人不确认的，其**投标无效**。
- 2.5 落实政府采购政策的价格调整：只有符合第二章《投标人须知》5.2 条、5.1.4

条、5.1.5 条规定情形的，可以享受中小企业、本国产品扶持政策，用扣除后的价格参加评审；否则，评标时价格不予扣除。

- 2.5.1 对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，对小微企业报价给予 10% 的扣除，用扣除后的价格参加评审。
- 2.5.2 对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，且接受大中型企业与小微企业组成联合体或者允许大中型企业向一家或者多家小微企业分包的采购项目，对于联合协议或者分包意向协议约定小微企业的合同份额占到合同总金额 30% 以上的联合体或者大中型企业的报价给予 4% 的扣除，用扣除后的价格参加评审。
- 2.5.3 组成联合体或者接受分包的小微企业与联合体内其他企业、分包企业之间存在直接控股、管理关系的，不享受价格扣除优惠政策。
- 2.5.4 价格扣除比例对小型企业和微型企业同等对待，不作区分。
- 2.5.5 中小企业参加政府采购活动，应当按照招标文件给定的格式出具《中小企业声明函》，否则不得享受相关中小企业扶持政策。
- 2.5.6 监狱企业提供了由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件的，视同小微企业。
- 2.5.7 残疾人福利性单位按招标文件要求提供了《残疾人福利性单位声明函》的，视同小微企业。
- 2.5.8 若投标人同时属于小型或微型企业、监狱企业、残疾人福利性单位中的两种及以上，将不重复享受小微企业价格扣减的优惠政策。
- 2.5.9 既有本国产品又有非本国产品参与竞争的，依法对本国产品给予价格评审优惠，对本国产品的报价给予 20% 的价格扣除，用扣除后的价格参与评审。对于仅有本国产品参与竞争的，本国产品不享受价格扣除评审优惠。当采购项目或者采购包中含有多种产品，投标人为该采购项目或者采购包提供的符合本国产品标准的产品成本之和占该投标人提供的全部产品成本之和的比例达到 80% 以上时，依法对该投标人提供的全部产品给予价格评审优惠，即对该投标人提供的全部产品的总报价给予 20% 的价格扣除，用扣除后的价格参与评

审，未达到 80%，不享受价格评审优惠。本项目适用情形详见“投标人须知前附表 5.1.4、5.1.5”的规定。评标委员会对投标人所出具的《声明函》完整性、准确性进行审查。评审中发现《声明函》内容含义不明确、同类事项与投标（响应）文件表述不一致或者有明显文字错误等情况的，应当以书面形式要求供应商作出必要的澄清、说明或者补正。经澄清、说明或者补正的《声明函》仍然不符合《通知》规定要求的，投标人提供的相关产品视为不符合本国产品标准，不享受价格评审优惠。

2.5.10 当涉及政府采购政策叠加适用，统一在原投标报价的基础上进行价格扣除。

2.6 根据《关于推动解决政府采购异常低价问题的通知》（财库〔2026〕2号）要求，对出现下列情形之一的，评审委员会应当启动异常低价投标（响应）审查程序：

2.6.1 投标（响应）报价低于全部通过符合性审查供应商投标（响应）报价平均值 50%的，即投标（响应）报价 $<$ 全部通过符合性审查供应商投标（响应）报价平均值 $\times 50\%$ ；

2.6.2 投标（响应）报价低于通过符合性审查的次低报价供应商投标（响应）报价 50%的，即投标（响应）报价 $<$ 通过符合性审查的次低报价供应商投标（响应）报价 $\times 50\%$ ；

2.6.3 投标（响应）报价低于采购项目最高限价 45%的，即投标（响应）报价 $<$ 采购项目最高限价 $\times 45\%$ ；

2.6.4 评审委员会基于专业判断，认为供应商报价过低，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的其他情形。

评审委员会启动异常低价投标（响应）审查后，属于前述第 1 项至第 4 项情形的，应当要求相关供应商在评审现场合理的时间内对投标（响应）价格作出解释，提供项目具体成本测算等与报价合理性相关的书面说明及必要的证明材料，包括但不限于原材料成本、人工成本、制造费用等，给予相关供应商的合理时间一般不少于 30 分钟。其中，属于第 3 项情形，供应商已随投标（响应）文件一并提交相关书面说明及必要的证明材料的，在评审现场可不再重复提交。

评审委员会依据专业经验，参考同类项目中标（成交）价格、类似产品市场价格水平、行业人工费用标准、国家有关部门指导行业协会发布的行业平均成本等情况，对报价合理性进行判断。投标（响应）供应商不能提供书面说明、证明材料，或者提供的书面说明、证明材料不能证明其报价合理性的，评审委员会应当将其作为无效投标（响应）处理。

3 投标文件的比较和评价

3.1 评标委员会将按照招标文件中规定的评标方法和标准，对符合性审查合格的投标文件进行商务和技术评估，综合比较与评价；未通过符合性审查的投标文件不得进入比较与评价。

3.2 评标方法和评标标准

3.2.1 本项目采用的评标方法为：

■综合评分法，指投标文件满足招标文件全部实质性要求，且按照评审因素的量化指标评审得分最高的投标人为中标候选人的评标方法，见《评标标准》，招标文件中没有规定的评标标准不得作为评审的依据。

□最低评标价法，指投标文件满足招标文件全部实质性要求，且投标报价最低的投标人为中标候选人的评标方法。

3.2.2 采用最低评标价法时，提供相同品牌产品（单一产品或核心产品品牌相同）的不同投标人参加同一合同项下投标的，以其中通过资格审查、符合性审查且报价最低的参加评标；报价相同的，由采购人或者采购人委托评标委员会按照下述方法确定一个参加评标的投标人，其他**投标无效**。

□随机抽取

□其他方式，具体要求：_____

3.2.3 非政府强制采购的节能产品或环境标志产品，依据品目清单和认证证书实施政府优先采购。优先采购的具体规定（如涉及）详见须知 5.3。

4 确定中标候选人名单

4.1 采用综合评分法时，提供相同品牌产品（单一产品或核心产品品牌相同）且通过资格审查、符合性审查的不同投标人参加同一合同项下投标的，按一家投标人计算，评审后得分最高的同品牌投标人获得中标人推荐资格；评审得

分相同的，评标委员会按照下述规定确定一个投标人获得中标人推荐资格，其他同品牌投标人不作为中标候选人。

□随机抽取

■其他方式，具体要求：由评标委员会确定价格低者获得中标人推荐资格；若价格仍相同，由评标委员会确定技术部分（根据具体项目评分细则内容确定）得分较高的投标人获得中标人推荐资格；若技术部分得分仍相同，按随机抽取方式确定中标人推荐资格。

4.2 采用综合评分法时，评标结果按评审后得分由高到低顺序排列。得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列。得分且投标报价相同的并列。投标文件满足招标文件全部实质性要求，且按照评审因素的量化指标评审得分最高的投标人为排名第一的中标候选人。评分分值计算保留小数点后两位，第三位四舍五入。

4.3 采用最低评标价法时，评标结果按本章 2.4、2.5 调整后的投标报价由低到高顺序排列。投标报价相同的并列。投标文件满足招标文件全部实质性要求且投标报价最低的投标人为排名第一的中标候选人。

4.4 评标委员会要对评分汇总情况进行复核，特别是对排名第一的、报价最低的、投标或响应文件被认定为无效的情形进行重点复核。

4.5 评标委员会将根据各投标人的评标排序，依次推荐本项目（各采购包）的中标候选人，起草并签署评标报告。本项目评标委员会共推荐 3 名中标候选人。

5 报告违法行为

5.1 评标委员会在评标过程中发现投标人有行贿、提供虚假材料或者串通等违法行为时，应当及时向财政部门报告。

二、评标标准

序号	评审项	评审标准		满分
一、价格评分（15分）	低价优先法	经评审符合招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格为满分。 其它投标人的投标报价得分=（评标基准价/投标报价）×15。 此处投标报价指经过报价修正，及因落实政府采购政策进行价格调整后的报价，详见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》2.4及2.5及2.6。		15
二、技术评分（70分）	1 项目理解与总体方案（8分）	项目定位理解	3分：准确理解项目定位，清晰阐述角色IP->日用产品->海外生活场景之间的逻辑关系，提出有针对性的实施思路 2分：基本理解项目定位，对三层关系有所阐述但不够深入 1分：仅泛泛表述项目目标，未触及核心逻辑 0分：未提供或理解明显偏差	3
		既有成果复用方案	3分：具体分析采购人既有资产可复用内容，提出品牌/技术/内容/数据衔接方案，明确新增与复用的边界 2分：提出复用方案但分析不够具体 1分：仅表示“充分利用”、无具体分析 0分：未提供	3
		总体实施逻辑	2分：阶段划分合理，各模块形成清晰协同关系，关键路径识别准确 1分：阶段划分基本合理但协同关系不明确 0分：未提供或明显不合理	2
	2 文化研究与角色 IP 方案（18分）	文化原型研究方法	2分：提出系统化的文化原型筛选评估框架，包含多维度评估标准和专家参与机制 1分：有方法描述但不够系统 0分：未提供	2

		角色概念方向示例	5分：≥2个概念方向具有明显差异化，角色轮廓清晰、文化来源明确、初步造型有吸引力、产品适配方向合理 3分：≥2个概念方向有一定差异化但对产品适配考虑不足 1分：提交的概念方向同质化明显或缺乏原创性 0分：未提交概念方向或质量明显不足	5
		角色插画样稿	4分：≥2幅完整角色插画样稿，完成度高，可直接用于传播或产品开发参考 2分：提交样稿但完成度一般 1分：仅提交草图或概念图 0分：未提交样稿	4
		角色差异化设计说明	4分：明确提出4个角色在轮廓、比例、身体结构、性格和产品开发方向上的差异化策略，附对比说明或视觉参考 2分：提出差异化方向但对具体实现方式说明不足 1分：仅表述“将做到差异化”、无具体策略 0分：未提供	4
		角色国际传播适配性	3分：分析角色在国际传播中的文化接受度、视觉辨识度和情感连接潜力，提出跨文化适配策略 2分：有国际传播意识但缺乏具体策略 1分：仅提及“国际化”而无实质内容 0分：未提供	3
	3 文化产品与工程实施方案（16分）	产品设计案例	5分：≥4款产品设计案例（其中日用≥2款），体现文化内容与产品功能/结构的结合，附效果图、材质/工艺说明 3分：提交案例但以贴图类产品为主，结构与功能创新较少 1分：仅提交少量简单产品图 0分：未提交或不足	5

		工程样品或样品实物证明	3分：提交≥1件实物样品清晰照片、生产说明及工艺方案 2分：提交样品照片但无生产说明 1分：仅提交设计效果图 0分：未提交	3
		产品体系规划	2分：提出覆盖角色收藏、学习办公、家居生活和出行配件的完整产品矩阵，明确各品类设计策略 1分：产品体系不完整或策略不清晰 0分：未提供	2
		海外生活场景开发能力	3分：结合具体海外市场分析消费者使用习惯、价格接受区间、审美偏好和渠道特点，提出有针对性的开发策略 2分：有海外市场意识但分析不够具体 1分：仅提及“海外”而无实质分析 0分：未提供	3
		产业资源组织方案	3分：已有具体产业资源联系记录或合作基础(附合同、公开新闻报道等证明材料)，涵盖多品类，组织方案可行 2分：列出拟对接产业资源类型但缺乏实际联系基础 1分：仅泛泛描述产业资源对接思路 0分：未提供	3
	4 二维、三维、数字内容与数字权益（10分）	二维视觉创作能力	2分：提交的二维作品案例质量优秀，风格多样，角色表现力强 1分：作品质量一般或风格单一 0分：未提交作品	2
		三维建模与产品化能力	2分：提交三维角色模型案例且有产品工程化经验说明（分件、模具适配等） 1分：提交三维模型但缺乏产品化说明 0分：未提交案例	2
		短视频与数字内容能力	2分：提交≥2个短视频或动画案例，内容质量好，有角色表现力和叙事能力 1分：提交案例但质量一般 0分：未提交案例	2

		AI 内容管理能力	2 分：提交 AIGC 使用管理规范草案，明确使用范围、角色一致性控制、版权风险管理和留痕机制 1 分：提到 AIGC 使用但缺乏管理规范 0 分：未涉及	2
		数字权益与版权设计	2 分：提交≥1 套可演示的数字纪念或数字权益设计方案（视频或实物演示），含技术实现说明、用户使用流程、权属和授权说明、合规风险评估 1 分：有方案但技术实现或合规分析不完整 0 分：未提供	2
	5 数字空间与互动应用方案（6 分）	数字空间案例	2 分：提交≥1 个数字空间/虚拟展馆案例（提供访问链接或录屏），有定制开发内容，具备角色展示和互动能力 1 分：提交案例但以模板化为主或仅概念方案 0 分：未提交案例 提供视频演示	2
		AR/VR/虚拟角色能力	2 分：提交≥1 个 AR/VR 或虚拟角色案例（提供可运行应用或录屏），具有用户交互功能 1 分：提交案例但互动能力弱或仅概念演示 0 分：未提交案例 提供视频演示	2
		平台复用与扩展方案	2 分：提出明确的技术复用和接口扩展方案 0 分：未提供或方案不可行	2
	6 用户研究、海外市场、产业转化与国际传播（8 分）	用户研究方法	2 分：提出系统化用户研究方法，含具体测试流程、问卷框架、样本招募方案，海外样本来源渠道明确可行 1 分：有研究方法但海外样本来源不明确 0 分：未提供	2

		跨境渠道与海外研究能力	2分：提交海外市场研究或跨境渠道案例（含具体市场分析和渠道建议），有海外合作资源证明 1分：有海外经验但缺乏具体案例 0分：未提供	2
		产业转化组织能力	2分：说明过往项目中协同开发的组织方式和经验 1分：有产品开发经验但缺乏协同组织说明 0分：未提供	2
		国际传播推广方案	2分：提交国际传播推广方案，含产品使用场景传播内容（≥4组）、海外用户试用或反馈内容（≥2组）和海外社媒传播规划 1分：有方案但内容数量或质量不足 0分：未提供	2
	7 质量保障与风险管理方案（4分）	角色差异化保障	1分：明确提出角色差异化保障措施（多方向概念比选机制、独立轮廓审核等） 0分：未提供	1
		产品创新性保障	1分：明确提出产品设计创新保障措施（结构/材料/功能审查节点、非贴图型产品占比控制等） 0分：未提供	1
		样品质量保障	1分：明确提出样品材料和工艺多样性保障，控制单一工艺占比 0分：未提供	1
		产业资源真实性保障	1分：明确提出产业资源核验流程（联系记录、实地拜访、第三方验证等） 0分：未提供	1
三、商务评分（15分）	1 投标人业绩与案例（6分）	文化 IP 相关案例	3分：提交≥2个文化 IP/角色 IP 类案例，提供合同或验收证明及成果图片 2分：提交1个合格案例 1分：仅有相关经验但无完整案例材料 0分：未提供	3

		产品设计相关案例	2分：提交≥2个产品设计类案例，提供合同或验收证明及产品图片 1分：提交1个合格案例 0分：未提供	2
		海外市场相关案例	1分：提交≥1个海外市场/跨境相关案例及证明材料 0分：未提供	1
	2 项目团队配置(6分)	核心人员配置	3分：4位核心人员均具有相关项目完整经验，提交详细简历、代表作品及投入时间承诺 2分：3位核心人员满足要求 1分：2位核心人员满足要求 0分：不足2位或不提交简历	3
		核心人员锁定承诺	2分：附《核心人员锁定承诺函》，承诺未经采购人书面同意不更换4位核心人员，投入时间不低于承诺比例 1分：有承诺但未覆盖全部核心人员 0分：未提交承诺函	2
		团队完整性与投入	1分：团队配置覆盖全部需求岗位，各岗位人员投入时间明确 0分：岗位缺失或投入不明确	1
	3 知识产权与合规管理(3分)	知识产权管理方案	2分：提交完整的知识产权管理方案，含原创过程留痕机制、第三方素材审查流程、版权风险评估方法 1分：有方案但不完整 0分：未提供	2
		文化内容审核机制	1分：提出包含文化专家参与的内容审核流程，说明专家资源来源 0分：未提供	1

第五章 采购需求

一、项目背景与目标

1、项目背景

为推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，探索“文化+艺术+技术”融合发展的国际传播新形式，采购人拟在既有文化品牌体系建设成果基础上，实施2026年中华文明元宇宙传播计划项目。投标人应在项目启动阶段协助开展名称适用性、商标注册可行性、同类IP重名及海外传播语义检索，经采购人确认后形成正式中英文名称。

采购人前期具有相关文化数字化建设基础。本期项目从中国传统神话、古代典籍、考古文物、传统工艺和中华文明精神标识中提炼文化原型，开发面向青年群体和国际文化消费市场的角色型文化IP。

投标人应充分利用采购人现有数字基础设施和既有平台资源，实现新旧项目在品牌、内容、技术、数据、运营和知识产权等方面的衔接。

2、项目定位

本项目定位为采购人现有文化品牌体系中面向青年群体、国际文化消费市场和数字传播场景的角色型文化IP系列。项目以中华优秀传统文化为基础，以原创角色IP为统一文化识别，以数字艺术资产为支撑，通过角色故事、日常消费品、数字内容和互动体验等多种形态，推动中华文化自然进入海外用户的学习、办公、居家、出行、节庆、礼赠和社交生活。

项目产品开发应兼顾角色收藏、日常使用、礼赠交流和跨境文化传播。潮玩、毛绒、徽章、卡牌等产品承担角色认知、情感连接和社群传播功能；文具、办公、家居、出行、服饰配件、节庆用品、电子周边等日常商品承担文化融入、持续使用和规模传播功能（产品样品仅用于文化传播效果验证）。依托国内产业带及相关资源，探索将角色形象、文化符号和东方生活美学转化为适合柔性生产、跨境流通和海外日常使用的文化产品。

3、建设目标

（1）形成原创角色IP体系：完成4个核心角色IP及必要辅助角色开发。

（2）沉淀标准化文化数字资产：完成二维标准形象、三维模型、表情动作、故事

文本、短视频素材、中英文传播内容、产品应用规范和数字空间应用资产。

(3) 形成多层次文化产品体系：围绕角色 IP 建立由角色收藏类、学习办公类、家居生活类、出行配件类和礼赠交流类产品组成的产品体系。

(4) 完善数字展示与运营支撑载体：依托采购人现有“崑崙”中华文明标识平台、小程序，建设集对外展示、数字资产管理、内容维护、产品应用、资源协同、用户反馈和运行分析于一体的数字文化展示与运营支撑平台。

(5) 开展数字技术示范应用：围绕角色 IP 开发虚拟角色、短视频、AR 互动和轻量沉浸体验。

(6) 建立国际化产品转化机制：形成文化 IP、产品设计、生产企业、渠道平台和国际传播机构协同开发机制。

二、项目建设内容

模块一：文化研究、世界观与角色 IP 开发

要求：

1、围绕中国传统神话、古代典籍、考古文物、传统艺术和中华文明精神标识等开展文化研究，梳理不少于 12 个具有角色化潜力的传统神话形象或文化原型，从文化依据、视觉辨识度、角色化潜力、故事延展性、产品适配性、国际传播和开发风险等方面开展评估，提出 4 个核心角色 IP 推荐方案。

2、对选定的 4 个角色开展古籍出处、形态特征、文化含义、历代演变和当代表达边界研究，组织文史、考古、民俗、艺术、设计和国际传播等专家论证。

3、文化研究成果应进入角色轮廓、器物、性格、行为和故事设计各环节（验收时核查文化研究与角色设计的对应关系）。

4、完成项目总体定位、世界观和叙事体系设计，包括系列名称释义和中英文表达、世界背景和运行规则、故事主线和角色使命、4 个核心角色及辅助角色之间的关系、传统文化进入角色故事和现代生活场景的方式。

5、世界观应服务角色塑造、内容生产和产品开发（避免堆砌名词、阵营和编年材料）。

6、完成4个核心角色IP开发，每个角色至少形成：①基本设定（中英文名称、文化来源和精神内涵、角色身份和性格特点），②视觉规范（角色轮廓和标准色彩、标志性器物或识别符号、角色三视图），③表情动作（不少于6个基础表情、不少于4个标准动作或动态姿态），④应用资产（不少于3个应用场景效果图、适配三维和毛绒及平面产品和数字内容的造型规范），⑤管理文档（角色使用禁限事项）。

7、4个角色应具有独立轮廓和明显差异，不得共用同一基础身体模型后仅通过更换颜色、服饰、纹样、道具、配件或局部特征形成。概念阶段须提交多个造型方向比选，去除背景和颜色后黑白剪影应具有明显差异。

8、开发2-4个辅助角色，辅助角色应具有清晰身份、视觉特征和情节功能，不得通过核心角色简单换色、换装或局部变形形成。

9、完成1个系列总故事梗概、4个核心角色完整小传、辅助角色基础设定、每个核心角色不少于3个短篇故事或情节单元（合计不少于12个角色短故事）、不少于4个可转化为短视频或互动内容的脚本框架、中英文角色简介和故事梗概。

10、角色故事应体现角色欲望、弱点和行动过程。验收时需完成核查叙事深度，以避免文化价值标签化。

11、经采购人或专家评审认为需要修改的，投标人应按要求完成修改、优化或重构，不再另行计费。修改范围以采购人书面确认的评审意见为准，不得以“非必要”为由拒绝合理修改。

模块二：二维视觉、三维资产与数字内容制作

要求：

1、每个核心角色形成不少于8幅可独立用于传播或产品开发的原创插画，另形成不少于6幅双人或群像插画，首期角色平面内容资产总量不少于38幅。

2、每个角色的8幅插画至少包括：1幅标准形象主视觉、2幅具有明显情绪和动作差异的角色图、2幅具有完整情节的故事场景图、1幅青年生活化内容、1幅文化主题内容、1幅适用于产品或项目传播的主视觉。

3、双人和群像插画应体现角色关系和情节互动。

4、提炼角色核心识别符号和系列辅助图形，文化符号应融入角色结构、行为、故

事和产品设计，不得简单附着或拼贴。

5、每个核心角色形成 1 套三维标准展示模型、1 套适合产品开发的工程模型、1 套轻量化数字展示模型，三类模型应针对展示、产品和实时加载用途完成相应处理，不得仅通过减面、格式转换或简单拆分分别计数。

6、工程模型应考虑：①结构与装配（分件方式、壁厚、材料收缩等），②生产可行性（模具、公差、喷涂上色区域等），③物流适配（包装和运输风险等），并提交分件图、装配图、结构说明和可量产性意见。

7、制作不少于 8 条角色短视频，其中重点角色短视频 4 条（每个核心角色 1 条，时长不少于 30 秒）、轻量传播短视频 4 条（时长不少于 15 秒），重点角色短视频应具备明确的角色行为、性格表现、情节或情绪变化、原创画面、声音设计和完整传播结构。

8、AI 可辅助背景、场景、声音和多语种内容制作，核心角色标准设定、三视图、主视觉和正式产品图案不得直接采用未修改的 AI 生成内容。

9、投标人应保留模型工具信息、生成记录、人工修改过程、角色一致性校验和版权风险说明，作为验收材料提交。

模块三：文化产品设计与工程样品

要求：本模块各项要求之间为递进包含关系：24 款设计方案→12 款样品→6 款可量产性验证→2 款海外适配分析，后者从前者的成果中产生。

1、产品设计围绕“进入日常、便于使用、适合传播、具有文化辨识度”的目标展开，角色形象和文化元素应与产品功能、使用动作和生活场景形成联系，优先选择海外用户高频接触、高频使用、便于携带和分享的产品。

2、兼顾规模化生产、跨境物流和目标市场合规，避免同质化，不得仅通过简单印花、贴图或更换包装形成产品。

3、产品设计中至少应有 8 款涉及结构设计、材料选择或功能创新，而非单纯图案应用。

4、完成不少于 24 款有效产品设计方案，其中角色认知与收藏类、学习与办公类、家居与生活类、出行服饰配件与礼赠类各不少于 6 款。同一产品结构下仅更换角色、颜色、图案、尺寸或包装的，按 1 款计算。

5、24 款产品中应至少包括：4 款具有独立造型或结构的角色型产品、8 款角色形象与文化内容和使用功能深度结合的日常用品、4 款适合跨境电商或海外零售渠道的产品、4 款适合国际文化活动或公共礼赠的产品、4 款具有数字内容或 AR 或角色故事联动条件的产品。

6、每款产品设计应至少包括：①基本信息（名称类别、目标人群、目标国家或场景等），②功能与文化（产品功能、文化内容和角色关系等），③技术规格（尺寸材质、工艺说明等），④商业要素（成本区间、零售价格区间、适用渠道等），⑤合规与物流（包装标签、跨境物流、产品安全和合规要求等）。

7、围绕不少于 3 个文化或生活主题形成产品组，每个主题产品组包括不少于 4 款相互关联的产品，形成统一的角色故事、色彩体系、包装方式和展示方案。每个主题产品组应提交统一主题视觉版式和产品组合影场景图。

8、完成不少于 12 款实物样品或工程样品（角色认知与收藏类、学习与办公类、家居与生活类、出行服饰配件或礼赠类各 3 款），其中至少 2 款角色型产品达完整上色包装状态、4 款日用产品达可使用和测试状态、2 款完成跨境包装运输适配、2 款完成数字内容或 AR 联动演示、4 款取得生产企业工艺和报价反馈。

9、样品应兼顾不同材料和生产工艺，3D 打印、亚克力、纸制品（不含产品包装盒/袋/卡）和常规印刷品类样品合计不得超过样品总数的 50%。

10、推动不少于 6 款产品完成可量产性验证（其中日用型产品不少于 4 款），每款提交产品结构方案、材料和工艺说明、生产可行性评估报告（含成本估算、生产工艺分析和周期预估等）、质量和安全标准、包装和标签要求、跨境运输建议、海外零售价格测算、目标渠道建议。

11、至少选择 2 款产品结合目标海外市场开展产品标准、标签、包装、文化表达和渠道适配分析。

模块四：产品验证和用户研究

要求：

1、从工程样品中选择不少于 6 款产品开展用户研究（其中日用型产品不少于 4 款），重点测试：产品功能理解度、无文化背景下的使用意愿、角色和文化元素吸引力、文化表达自然度、日常生活场景适配度、价格接受度、包装和英文说明清晰度、赠送和社交

展示意愿、与当地商品差异度、了解中国文化的意愿。

2、不少于 300 份有效量化样本，其中具有海外生活、海外文化背景或跨境消费经验的有效样本比例原则上不低于 30%，不少于 30 人次深度访谈或小组访谈，样本应涵盖不同年龄、性别和消费能力群体。

3、采购人内部人员、投标人员工、项目合作人员及其直接关联人员应排除在主要有效样本之外，投标人应保留原始问卷、访谈记录、样本信息和现场照片。

4、交付《产品验证及用户研究方案》、原始数据及样本说明、深度访谈记录、角色和产品偏好分析、价格接受度分析、海外使用场景分析、《产品验证及用户研究报告》、产品优化和主推产品建议。

5、用户研究数据收集和处理须符合个人信息保护相关法规。

模块五：数字文化展示与运营支撑平台建设

要求：

1、依托采购人现有数字基础设施建设，建设 1 套数字文化展示与运营支撑平台。平台由面向公众的数字文化展示空间和面向项目管理、内容维护及成果应用的运营支撑后台组成，充分复用现有系统、账号、数据、接口和基础设施，不重复建设通用底层能力。

现有数字基础设施及衔接条件（供投标人编制复用、迁移、部署和报价方案使用）

（1）现有系统包括“崑崙”微信小程序、崑崙 IP 数据库（PC Web 端）及崑崙网站（kunlunworld.com）的统一后台管理。现有小程序前端采用 UniApp 多端开发框架，并通过 web-view 加载 Unity WebGL 数字空间；数据库 Web 端前端采用 Vue 3；后端统一采用 Java（Spring Boot）并提供 RESTful API，接口使用 HTTPS 传输和 JWT Token 鉴权。

（2）结构化数据采用 MySQL 独立 RDS 实例（InnoDB 引擎，现有存储规格 100GB），缓存采用独立部署 Redis（现有内存规格 4GB）；图片、视频、模型等文件使用阿里云 OSS 并通过 CDN 分发。现有应用服务器基线为 4 核 CPU、8GB 内存，采用 Linux 环境；支持 ECS 独立部署或 Docker 容器化部署，并由 Nginx 提供反向代理。

（3）小程序现有业务数据主要包括用户 openid 及登录信息、IP 和活动元数据、

打卡任务、勋章、优惠券、资讯及互动记录；数据库 Web 端主要包括 IP 及专题、素材及标签、用户及实名认证、授权咨询等结构化信息；Redis 主要缓存登录态、用户会话、热门 IP、活动状态及首页数据。现有统一后台具备 Banner、IP、数字空间、数字海报、素材、授权咨询和基础数据统计等管理能力。

(4) 现有对接包括微信开放平台登录及定位能力、二维码或 NFC 活动入口、Unity WebGL 内容、阿里云短信服务，以及 IP 或专题、素材、用户、授权咨询等 RESTful 接口。具体账号、域名、接口清单、数据库字典、源代码、配置文件和脱敏数据样例，由采购人在合同签订后按安全管理要求向中标人提供。

(5) 上述参数为现状基线，不作为限制投标人优化方案的唯一技术路线。投标人应基于兼容衔接、平滑迁移、不重复建设和采购人可独立运维原则，逐项说明直接复用、改造扩展、新增建设和数据迁移的边界，提出接口适配、数据映射与校验、权限继承、灰度切换、回滚、测试、部署及三年质保方案；未经采购人确认，不得以整体推倒重建替代复用。

2、运营支撑后台应具备数字资产管理、内容维护、产品应用、资源协同、应用场景、用户反馈、数据统计、权限和日志管理等功能，支持对角色设定、插画、三维模型、视频、产品设计、包装、互动素材和知识产权材料进行分类、标签、版本、权属、审核状态和使用范围管理。

3、平台应支持对角色介绍、文化来源、故事、产品、活动和传播内容进行新增、修改、审核、发布和下线；记录产品设计、工程样品、用户研究、生产验证、应用场景和优化情况；维护相关资源主体的基本信息、适配方向、沟通记录和合作进展。

4、平台应支持通过在线问卷、二维码、活动页面或后台录入等方式收集角色、产品、内容和应用体验反馈，对内容访问、角色浏览、产品关注、二维码访问、互动参与和应用情况进行基础统计，并支持按时间、角色、产品和应用场景查询及报表导出。

5、建设 1 个数字文化展示空间，由运营支撑后台统一维护和内容发布，中英文双语展示。展示空间应至少包含系列介绍与世界观入口、4 个核心角色独立展示区（含角色文化来源与故事内容说明）、二维插画及三维模型和短视频成果展示、产品设计与样品展示、产品使用场景及海外应用案例展示、轻量级互动体验功能，并预留后续内容扩

展接口。

6、围绕4个核心角色和不少于6款重点产品配置可长期使用、可更新的数字内容页面及二维码等入口，支持访问角色故事、文化来源、产品说明、短视频、用户反馈或AR互动内容，并对访问和互动数据进行统计。

7、平台应适配主流桌面端和移动端浏览器，完成加载性能、弱网、并发、兼容性和安全测试；采用第三方组件的，应说明授权情况。应完整交付源代码、数据库结构、接口文档、配置文件、部署文档、账号权限说明、操作手册和测试报告，支持采购人独立开展内容更新、资产管理、数据查询、账号管理和数据导出。

8、从4个核心角色中选择不少于1个开发虚拟角色示范应用，完成基础绑定、不少于5个动作、不少于5个表情或情绪状态、不少于1个完整讲解或互动场景、可更新的脚本或内容配置（须包含角色语音或文字交互、不少于2种用户响应分支、完整开场和结束流程）及可运行程序。

9、完成不少于1套AR互动示范，包括实体产品或图像识别入口、角色三维或动画内容、不少于1项用户交互、文化或故事内容、分享或合影功能及主流移动设备适配测试。

10、完成不少于1套轻量VR或沉浸体验原型，包括1个完整场景、1条完整体验流程、核心角色参与、不少于2项互动、文化叙事内容、原则上不少于5分钟的体验时长、可运行程序和源文件。

模块六：数字艺术资产和数字权益研究

要求：

1、围绕角色IP开展数字艺术资产确权、数字纪念凭证和数字会员权益方案设计，以文化传播、纪念、身份识别、内容访问和实体产品联动为主要方向。

2、完成《数字艺术资产与数字权益方案》、不少于1套可演示的数字纪念或数字权益设计、技术实现说明、用户使用流程、权属和授权说明、数据管理说明、合规风险评估、海外数字艺术传播应用建议。

模块七：产业资源对接、商品化转化与运营机制建设

要求：

1、建立不少于 40 家相关主体的产业资源库，覆盖潮玩毛绒和角色周边生产企业、文具纸品和办公用品企业、家居餐厨和布艺收纳用品企业、包袋服饰配件和旅行用品企业、节庆礼赠和电子周边用品企业、跨境电商平台及服务商、海外批发零售和分销渠道、文博文旅和国际文化活动机构、品牌联名设计营销和运营机构。

2、每家资源至少形成企业基本信息、主营能力、代表案例、适配产品或渠道、联系人及沟通记录、合作反馈和风险提示，仅从互联网或企业名录复制的信息不计入有效资源数量。

3、组织角色设计、产品设计、生产企业和渠道主体共同参与产品开发，在产品概念确定、样品制作和量产验证阶段至少各组织 1 次跨专业评审，产品应避免在设计全部完成后才交由生产企业被动打样。

4、形成不少于 6 项实质性产业对接成果，其中至少包括 2 项日用产品打样或生产合作、1 项角色型产品生产合作、1 项海外渠道适配性研究、1 项国际文化活动或文博文旅合作。

5、有效成果应至少具备合作意向书或框架协议、样品或试产成果、正式报价和生产排期、跨境渠道测试或上架确认、合作确认文件、国际活动实施记录中的两项。

6、选择不少于 2 个海外目标市场开展产品进入策略研究，形成《项目国际市场产品开发与渠道应用方案》。

7、形成文化产品转化方案、首批主推角色和产品建议、供应链方案、国际传播应用规划、授权合作与品控管理规范、后续运营机制方案、市场风险控制方案。

模块八：传播推广与交流

要求：

1、围绕 4 个核心角色形成系列发布、角色故事、文化科普、产品设计、样品生产、用户研究和群像关系等传播内容，增加角色进入学习、办公、居家、出行和节庆等生活场景的表达，减少单纯介绍文化知识的内容。

2、完成 1 套中英文系列介绍、4 套核心角色中英文介绍、8 条项目短视频的英文字幕配音或海外适配版本、1 套海外社媒传播素材包、1 套国际文化活动展示素材、不少于 4 组产品使用场景传播内容、不少于 2 组海外用户试用或反馈内容。

3、海外传播应先呈现角色、情绪、产品功能和生活体验，再通过包装、短视频、二维码或数字空间提供文化背景，推动海外用户通过使用、分享、收藏和社交展示自然接触中国文化。

三、项目实施要求

项目建设周期原则上为 12 个月，自合同生效之日起计算。实施分为五个阶段，各阶段存在前后依赖，部分工作可交叉推进。投标人应在方案中自行排期并说明关键里程碑。

第一阶段（项目策源）：既有项目资料和资产交接、文化原型研究、海外产品和市场初步调研、核心角色方向筛选、世界观和系列定位。

第二阶段（角色塑造）：4 个核心角色二维设定、辅助角色设定、角色故事创作、视觉和辅助图形设计、产品体系和主题产品组策划。

第三阶段（资产与产品开发）：核心角色三维模型、角色插画和短视频制作、24 款产品设计、12 款工程样品、数字展示与运营支撑平台开发、AR/VR/虚拟角色原型。

第四阶段（验证与转化）：产品用户研究、海外样本测试、可量产性和跨境适配验证、产业资源对接、海外渠道适配性研究、国际传播内容制作。

第五阶段（整合交付）：全部成果优化、数字文化展示与运营支撑平台正式上线、资产和业务数据入库、知识产权和合规材料完善、操作培训、项目终验、后续发展规划。

四、验收标准

（一）验收一般原则

项目验收应同时审查成果数量、完成度、原创性、可用性、可维护性、数据完整性和后续开发条件，不得仅依据文件、图片、模型或演示数量认定完成。平台验收应重点核查前后台功能实际可用、数据和资产可检索可导出、内容可自主更新、权限日志完整、数字入口可持续访问以及源代码和技术文档完整交付。存在同一成果拆分计数、通用模板替代定制建设、功能仅能演示不能实际使用、数据或源文件缺失、数据资产权属不清等情形的，相关成果不得通过验收。

各模块交付成果须经采购人组织评审，评审未通过的，投标人应按要求修改完善后重新提交评审。同一模块两次评审未通过的，采购人有权终止该模块验收并按合同约

定追究违约责任。

（二）以下为各模块不可接受的交付情形（验收否决项）：

1、角色 IP 方向筛选和开发：角色设计存在明显同质化（与市场上已有知名 IP 相似度较高）；角色文化来源存在事实性错误或文化误读；设计质量明显低于行业一般水平。

2、视觉资产和内容制作：核心角色标准形象和主视觉直接使用未经人工修改的 AI 生成内容；插画未附原创过程文件或 AI 辅助内容未标注修改比例。

3、产品设计和工程样品：有效产品方案仅通过简单贴图、换色或更换包装形成（非实质性设计创新）；产品结构存在明显安全缺陷或不符合目标市场的安全标准。

4、用户研究：有效样本未通过答题质量筛选或被访者基本信息核验；排除内部人员、行业从业者和明显无效问卷后，单款产品有效样本不足 300 份。

5、产业资源对接：产业资源库中含有的仅从互联网或企业名录复制的信息而无实际沟通或合作记录；有效对接成果未达到不少于 6 项的要求。

6、数字平台和示范应用：平台功能仅能演示不能实际使用；AR 互动示范识别成功率低于 80%或仅支持不足 3 款主流移动设备；虚拟角色互动场景缺少完整的开场和结束流程。

（三）知识产权与原创性专项验收

投标人须按模块二要求提交角色原创过程资料（包括文化原型研究、概念草图、造型方向比选、被否决方案、设计演变过程、定稿依据、创作者信息和与现有知名 IP 的差异性说明）。交付成果存在抄袭、侵权、模仿知名 IP、第三方素材权属不清或源文件和创作过程资料缺失等情形的，不得通过验收。

五、项目管理与服务要求

1、实施团队配置

团队包括：项目负责人、总创意负责人、角色主设计师、文化研究负责人、世界观及故事负责人、三维技术负责人、产品设计负责人、供应链及生产负责人、平台建设与管理负责人、短视频和动画负责人、用户研究负责人、国际市场及渠道负责人、产业合作负责人、知识产权和合规负责人。

总创意负责人、角色主设计师、三维技术负责人和产品设计负责人属于核心人员，未经采购人书面同意不得擅自更换（详见评分表）。4 位核心人员均须具有与本人拟任岗位相关项目的完整经验，即在近三年内至少完整参与 1 个相关项目从前期策划或方案设计、核心成果制作或技术实施，到成果交付、上线或验收的全过程，并在其中承担与拟任岗位相对应的实质性工作。投标人须逐人提交详细简历、代表作品、完整项目经验证明材料及投入时间承诺；简历应列明项目名称、实施时间、委托单位、本人职责、参与阶段和成果，代表作品应标注本人承担部分，项目经验证明材料可为合同或验收材料中能够体现本人参与的信息、委托方证明、项目成员名单、成果署名或其他可核验材料。投入时间承诺应明确各阶段职责、预计投入人日及占本人工作时间比例。4 位核心人员未经采购人书面同意不得擅自更换；确需更换的，替换人员的经验和能力不得低于原承诺人员。投标人应披露拟分包或外协范围、承接主体和质量控制方式，角色核心创意、文化研究统筹、世界观设计和项目总体管理不得整体转包。

投标人应披露拟分包或外协范围、承接主体和质量控制方式，角色核心创意、文化研究统筹、世界观设计和项目总体管理不得整体转包。

2、沟通与评审

建立月度汇报和关键节点评审机制，按照采购人和专家意见完成修改及必要重构。采购人有权组织专家评审、用户测试、企业及渠道核验和阶段验收。

3、变更管理

在不改变项目总体目标和合同总价的前提下，采购人可根据角色评审、用户研究和应用反馈，对产品品类、样品组合、短视频主题和示范应用形式作适当优化。

4、质保与服务

(1)、完整交付源文件、模型、代码、数据库、接口、数据、账号和文档。

(2)、提供平台操作、内容维护、数字资产管理、产品应用管理、数据统计和授权管理培训。

(3)、项目验收后提供不少于 3 年本项目开发的平台质保和技术支持（质保服务费在项目预算中单独列支）。

(4)、一般问题在 24 小时内响应，重大故障及时处置并提交整改报告。

(5)、质保期内完成必要的问题修复、系统适配和安全更新。

(6)、不得将项目核心工作整体转包。

(7)、对未达到合同要求的成果，投标人应在规定期限内修改完善。

5、付款安排

价款按阶段成果支付：

合同生效并完成项目启动，支付合同价款的 30%；

既有成果交接和总体实施方案确认后，完成文化研究、世界观、核心角色、产品体系设计及主要二维视觉成果，并通过阶段评审后，支付合同价款的 30%；

完成三维资产、短视频、产品设计与工程样品、数字文化展示与运营支撑平台、虚拟角色、AR 及沉浸体验等主要建设成果，并通过阶段评审后，支付合同价款的 30%；

完成用户研究、产品验证、产业资源对接、国际传播内容、平台正式上线、资产归档及全部成果交付，并通过项目终验后，支付剩余 10%。

阶段成果未通过评审或验收的，或成果数量达到要求但质量、可用性、原创性、完整性、可维护性或后续开发条件未达到合同要求的，采购人有权暂缓支付相应款项。项目质保责任及履约保障按照合同约定和履约保证金相关条款执行。

六、知识产权与资产管理

1、资产管理

项目形成的文化研究、角色设定、原画、插画、三维模型、视频、产品设计、包装、数字文化展示与运营支撑平台、交互程序、源代码、数据库、接口文档、用户研究和传播内容应分类入库。每项资产应附带资产名称、类别、版本、创作者、权属、用途、授权范围、文件格式、源文件位置和审核状态。

2、知识产权

项目形成的角色名称、形象、故事、原画、三维模型、动画、产品设计、包装、空间、视频、传播内容和其他成果，归采购人所有。投标人应协助完成著作权登记建议、商标注册建议、外观设计和相关知识产权保护建议、源文件和创作过程留存、第三方素

材授权核查、联名和授权合同模板、产品防伪和版权标识建议。未经采购人书面许可，投标人不得将项目成果用于其他项目。

3、原创过程留痕

投标人应提交角色原创过程资料，包括文化原型研究、概念草图、造型方向比选、被否决方案、设计演变过程、定稿依据、创作者信息和与现有知名 IP 的差异性说明。存在抄袭、侵权、模仿知名 IP、第三方素材权属不清或源文件不完整情形的，相关成果为验收否决项。

4、文化内容审核

建立“创作团队初审—文化专家审核—采购人终审”的内容审核机制，重点审核古籍和文化依据、神话形象改编边界、民族宗教文物和历史表达、地图国家象征和敏感内容、国际传播语境、产品使用场景、中英文名称和表达。

5、AI 内容管理

建立 AI 辅助创作管理流程，明确使用范围、模型和数据来源、生成记录、人工修改、内容审核、版权风险、角色一致性控制、数据保护和成果归档。

6、数据与平台安全

平台建设和运营应符合网络安全、数据安全和个人信息保护有关要求，实行最小必要的数据收集、分类授权、操作留痕和定期备份。未经采购人书面同意，投标人不得将采购人数据、用户数据和项目运营数据用于本项目以外用途；项目终止或服务期满后，应按采购人要求完成数据移交、删除或销毁。

七、报价要求

项目预算控制金额为人民币 500 万元，采购方式为公开招标，投标报价超过预算控制金额的按无效投标处理。

投标人应按照以下类别提交分项报价：文化研究和世界观策划、角色 IP 及二维视觉资产开发、三维模型和短视频制作、日用文化产品设计包装和工程样品研发、用户研究和海外市场测试、数字文化展示与运营支撑平台开发、虚拟角色 AR 和沉浸体验示范、产业资源对接和国际市场服务、传播推广与交流、数字资产知识产权和合规管理、项目

管理培训质保和技术支持。

各项报价应列明人员投入、工作数量、成果形式、第三方服务、样品制作、技术开发、税费和其他成本。产品样品应按设计费、建模费、材料费、制作费、包装费和测试费分别报价。投标人应充分复用采购人现有数字基础设施和相关资产，对现有功能和资产可以直接使用的，不得以重新开发方式重复报价。

八、投标文件技术方案要求

投标人应按照第四章评标标准的评审项顺序编制技术方案，并设置对应目录、页码和证明材料索引。每一评分项均应在投标文件中具有唯一、明确的响应位置；同一材料支持多个评分项的，应分别建立交叉索引。技术方案至少包括以下内容：

1、项目理解与总体方案（对应技术评分第1项）：项目定位理解；既有品牌、内容、技术、数据和运营资产盘点；直接复用、改造扩展、新增建设和数据迁移边界；总体实施逻辑、阶段划分、模块协同关系和关键路径。

2、文化研究与角色 IP 方案（对应技术评分第2项）：文化原型研究方法及多维评估框架、专家参与机制；不少于2个具有明显差异的角色概念方向示例；不少于2幅完整角色插画样稿；4个角色在轮廓、比例、身体结构、性格和产品开发方向上的差异化策略及对比说明；国际传播文化接受度、视觉辨识度、情感连接和跨文化适配策略。

3、文化产品与工程实现方案（对应技术评分第3项）：不少于4款产品设计案例（其中日用产品不少于2款），附效果图、材质、工艺及功能或结构说明；不少于1件实物样品的清晰照片、生产说明和工艺方案；覆盖角色收藏、学习办公、家居生活和出行配件的产品矩阵及品类策略；具体海外市场的使用习惯、价格接受区间、审美偏好和渠道分析；产业资源组织方案及联系记录、合作意向、框架协议、报价反馈等证明材料。

4、二维、三维、数字内容与数字权益方案（对应技术评分第4项）：二维作品案例；三维角色模型案例及分件、模具适配等产品工程化经验说明；不少于2个短视频或动画案例；AIGC使用管理规范草案，明确使用范围、角色一致性控制、版权风险管理和留痕机制；不少于1套可演示的数字纪念或数字权益设计方案及演示视频，附技术实现、用户流程、权属授权和合规风险说明。

5、数字空间与互动应用方案（对应技术评分第5项）：不少于1个数字空间或虚拟展馆案例演示视频，说明定制开发、角色展示和互动能力；不少于1个AR、VR或虚

拟角色案例演示视频，说明用户交互功能；结合本章公布的现有平台参数，提交技术复用、接口扩展、数据迁移、权限管理、安全测试、部署交付、运行维护和三年质保方案。评审材料以投标文件内可离线查看的演示视频、截图和说明为准，外部访问链接仅作为补充。

6、用户研究、海外市场、产业转化与国际传播方案（对应技术评分第6项）：用户研究流程、问卷框架、样本招募及海外样本来源；海外市场研究或跨境渠道案例及海外合作资源证明；过往项目中产品协同开发的组织方式和经验；国际传播推广方案，包括不少于4组产品使用场景传播内容、不少于2组海外用户试用或反馈内容和海外社媒传播规划。

7、质量保障与风险管理方案（对应技术评分第7项）：角色多方向概念比选和独立轮廓审核；产品结构、材料和功能审查节点及非贴图型产品占比控制；样品材料和工艺多样性控制；平台可用性、数据安全、迁移校验和回滚保障；产业资源联系记录、实地拜访或第三方验证等真实性核验流程。

8、项目团队与项目管理（对应商务评分第2项）：完整岗位配置及职责分工；4位核心人员逐人提供详细简历、代表作品、完整项目经验证明材料和投入时间承诺；《核心人员锁定承诺函》；各岗位分阶段投入人日和占本人工作时间比例；分包和外协安排；12个月进度计划及里程碑。

9、知识产权与合规管理（对应商务评分第3项）：原创过程留痕、第三方素材审查和版权风险评估；包含文化专家参与的内容审核流程及专家资源来源；网络安全、数据安全、个人信息保护和保密管理措施。

10、业绩、案例及材料索引（对应商务评分第1项及各技术案例项）：文化IP或角色IP、产品设计、海外市场或跨境等案例清单；按评分标准提交合同或验收证明、成果图片及相关证明材料；案例类材料应明确项目时间、委托方、工作范围、本项目拟投入人员所承担职责及材料所在页码。

11、分项报价和工作量测算：按第八条报价类别列明人员投入、工作数量、成果形式、第三方服务、样品制作、技术开发、税费及其他成本，并与技术方案、进度计划和人员投入表保持一致。

九、其他要求

- 1、投标人应对提交材料的真实性、合法性和完整性负责。
 - 2、所有交付成果应符合国家有关法律法规、政策规定和技术标准。
 - 3、项目形成的源文件、数据、模型、代码、设计稿和文档应完整交付。
 - 4、未经采购人书面许可，投标人不得公开未发布内容
 - 5、投标人应建立项目资料保密和人员管理制度。
 - 6、涉及第三方合作的，投标人应提前说明并承担相应管理责任。
 - 7、对未达到合同要求的成果，投标人应承担修改、重做、延期和相应违约责任。
- 本需求书为政府采购需求文件，最终解释权归采购人所有。

第六章 拟签订的合同文本

2026 年中华文明元宇宙传播计划项目

公文编号：中国日报 2026 年第 xxxx 号

合同编号：ZC-2026-xxxx

合同签订日期：

甲方：中国日报社

法定住址：北京市朝阳区惠新东街 15 号

委托代理人：甘永清

电话：010-64995387

乙方：

法定住址：

委托代理人：

电话：

根据《中华人民共和国民法典》的规定，合同双方就乙方向甲方提供本合同项下服务事宜，经协商达成一致，确立本合同，以明确双方的权利、义务，确保合同双方共同执行。

第一条 服务范围及标准

1. 服务项目名称、服务内容、范围：详见附件 1《投标文件/响应文件》
2. 质量及技术标准、服务方式、各阶段工作及成果等详见附件 1《投标文件/响应文件》
3. 服务地点：中国日报社
4. 服务期限：

第二条 甲方的权利和义务

1. 甲方有权要求乙方按本合同约定及时提供服务，对服务的各阶段及工作成果进行评估和确认，提出问题或改进意见。

2. 如果乙方不能按照本合同的要求履行义务，甲方以书面形式通知乙方，乙方应在[3]日内予以补正和改进，如果乙方在规定的期限内未能补正和改进，甲方有权暂停支付合同款项，直至乙方能够按照本合同规定的内容履行义务。乙方未按本合同约定提供服务，应赔偿因此给甲方造成的损失。

3. 甲方应当向乙方提供下列工作条件和协作事项：

(1) 甲方应为本项目安排专门的专业技术人员，协调、协助、监督、评审乙方在整个项目周期中的工作，所有的过程文档、服务文档和各类交付成果需要留存并确保每份文件均有当事双方的手写签名，留待合同结束前进行检查，甲方会有专门的小组对乙方的服务质量进行评价，确定是否签订后续服务合同；

(2) 甲方应为乙方提供必要的现场工作条件，包括但不限于办公室、会议室、网络环境等；

(3) 向乙方提供必要的信息、数据和安全手段，评估乙方针对本合同服务提出的合理化建议或纠正性措施；

4. 在乙方完成相应阶段工作并满足付款条件时，甲方应按照本合同的约定及时支付合同价款。

第三条 乙方的权利和义务

1. 乙方在履行本合同义务的情形下有权要求甲方按本合同约定支付服务费。

2. 乙方须向甲方提供支付服务价款的有效增值税专用发票。

3. 乙方应按照本合同约定的服务内容、时间、地点及其他相关要求等，提供产品或服务，保质保量按时完成服务。

4. 乙方在服务实施中应执行严格的质量管理，确保服务质量。乙方提供的产品、服务及其配套设施、使用材料等应符合相关国家、地方或行业标准，符合相关安全、环保等要求。

5. 乙方在服务过程中，应做好相关安全防护措施，保证作业安全。乙方及其员工应遵守甲方的相关规章制度，服从甲方指挥，确保不影响甲方正常办公秩序，不损害甲方及其员工的财产、设备、文件、信息安全，不从事与本合同项下服务无关的任何活动。因乙方或其员工故意或过失导致自身或甲方及其员工、或第三方财产、人身损害或信息泄露的，乙方应当承担全部赔偿责任。

6. 乙方应指派《投标文件/响应文件》指定的有合法资质及相应服务能力、经验的专业人员，按照本合同要求提供服务。

7. 乙方派驻甲方的驻场人员应为乙方正式员工，已签订一年（含）以上的劳动合同且实际工作满一年，并严格遵守《中国日报社技术中心外包运维人员管理规定》及甲方相关管理制度，并接受甲方定期考核，不得无故缺勤、脱岗。对于甲方认为不适合从事本合同项下服务的人员，一经甲方提出，乙方应在5个工作日内予以更换；如因乙方原因需更换项目团队人员，应提供同等或以上资质（能力）人员。

8. 乙方须按照相关附件要求向甲方提交服务总结报告以及其他相关服务过程文档

9. 除本合同另有约定外，未经甲方书面同意，乙方不得将本合同项下所包含的全部或部分服务分包、转包给第三方。

10. 乙方按照本合同关于培训服务的要求，为甲方提供培训服务。具体培训时间、内容、方式等要求参见《投标文件/响应文件》。

第四条 验收

1. 验收时间：项目实施完毕后15个工作日内

2. 验收标准及方式：

乙方提交服务总结和专业分析意见后，由甲方组织召开服务总结会，并对乙方服务进行评估，服务达标（得分80+）且服务期内负面评价扣分不超过12分则视为验收合格，《服务商评估表及负面评价表》参见合同附件；

3. 在各验收阶段，乙方向甲方提交书面验收申请，经甲方书面同意后，启动验收。

如验收不通过，则乙方应就未通过原因进行积极整改，延期时间不得超过一个自然月，如整改后仍未能达到验收标准，则甲方有权立即终止合同。

第五条 合同金额及支付方式

1. 合同总金额为：人民币（大写）_____元整，¥_____元整。其中不含增值税价共计人民币（大写）_____元整，¥_____元整，增值税金额共计人民币（大写）_____元整，¥_____元整（税率6%）。该合同总额已包括乙方提供本合同项下服务包括税金（包括但不限于增值税等其他各项税款及附加税金或费用）在内的所有费用。

2. 支付方式和时间：

合同签订后甲方收到乙方增值税专用发票后15个工作日内，以支票或电汇方式向乙方支付合同款的60%，计人民币（大写）_____元整，¥_____元整；

服务期结束并经甲方评估合格且甲方收到乙方增值税专用发票后15个工作日内，甲方以支票或电汇方式向乙方支付合同款的40%，人民币（大写）_____元整，¥_____元整。

3. 乙方户名、开户银行名称和账号为：

户名：

开户行：

账号：

财务联系人及电话：

4. 发票：乙方须在要求甲方支付每期合同款时，向甲方开具本次付款金额对应的增值税专用发票。乙方如为一般纳税人，应向甲方开具增值税专用发票；如为小规模纳税人，须要求税务局代开增值税专用发票。

乙方开具的增值税专用发票存在虚假、错误、无效等情况的，甲方有权延迟支付应付款项，并要求乙方重新提供，且不承担任何违约责任，乙方各项义务仍按合同约定履行且须向甲方重新开具增值税专用发票。

甲方发票信息：

名称：中国日报社

纳税人识别号：121 000 008 016 432 417

地址、电话：北京市朝阳区惠新东街15号 010-64995969

开户行及账号：中国银行股份有限公司北京樱花东街支行 328 556 032311

第六条 知识产权

1. 服务成果的所有权及服务成果涉及的知识产权（包括但不限于著作权、专利权、商标权以及知识产权申请权等）归甲方所有，乙方既有产品的知识产权仍归乙方所有。
2. 乙方向甲方提供为本项目开发的定制软件源代码（含所有后续升级版本）和文档，版权为甲方享有，未经甲方书面许可，乙方不得基于定制软件为第三方提供同类服务；
3. 甲方有权对本项目软件、源代码、系统等进行修改和二次开发，若形成新的知识产权归甲方所有。
4. 乙方保证其提供的服务未侵犯第三人之著作权、商标权、专利权等知识产权及其他合法权益，不会侵犯任何第三人的商业秘密或对任何第三人构成不正当竞争，如因此与第三人发生争议、诉讼或仲裁案件，由乙方承担全部责任，并负责赔偿甲方由此而遭受的全部损失。

第七条 保密

1. 在本合同履行期间及履行完毕的任何时候，未经对方同意，任何一方不得以任何形式向第三方泄露本合同及附件内容，以确保双方的商业机密，但法律法规另有规定或监管部门另有要求的除外。
2. 保密信息指任何一方因履行本合同所知悉、了解、掌握的任何以口头、书面、图表或电子形式存在的对方信息、文件、数据、资料等，无论该信息是否享有知识产权。在本合同履行期间及履行完毕的任何时候，一方对于因实施本合同项下服务从对方获取或知悉的保密信息，应承担严格的保密责任，未经对方书面同意不得向任何第三方透露，但法律法规另有规定或监管部门另有要求的除外。
3. 任何一方违反本合同约定的保密义务，应赔偿由此给对方造成的全部损失，且对方有权随时终止合同。
4. 乙方违反保密义务的，甲方有权要求乙方以本合同金额为标准支付违约金，若违约金不足以赔偿甲方损失，乙方还应继续赔偿甲方损失。
5. 本保密责任永久有效，不因本合同的失效而失效。如需要，乙方应根据甲方的要求签署相应的保密承诺函，保密承诺函与本条款存在不一致的，以保密承诺函为准。

第八条 不可抗力

1. 不可抗力，系指地震、台风、水灾、火灾、战争、政府禁令等不能预见、不能避免并不能克服的，直接影响本合同履行的意外事件。

2. 如果出现不可抗力，双方在本合同中的义务在不可抗力影响范围及其持续期间内将中止履行。经另外一方确定的不可抗力影响时间，不计入本合同执行时间，本合同执行时间相应顺延。合同期限可根据中止的期限作相应延长，但须双方协商一致。任何一方均不会因此而承担违约责任。但是，一方迟延履行本合同同时发生了不可抗力，迟延履行方的违约责任不能免除。

3. 受不可抗力影响的一方，应当尽可能采取合理的行为和适当的措施减轻不可抗力对履行本合同所造成的影响。没有采取适当措施致使损失扩大的，该方不能就扩大损失的部分要求免责，仍需就扩大损失的部分承担赔偿责任。

4. 受不可抗力影响一方应在不可抗力事件发生后[5]个工作日内将不能履行本合同的原因书面通知对方，并提供有效的证明文件。

5. 如果不可抗力影响超过[30]天，各方可协商解决此后的合同执行问题。如果各方在相应顺延的[30]天内未能协商一致，各方均有权解除合同。

第九条 违约责任

1. 本合同生效后，任何一方不履行或不完全履行本合同约定义务的，即构成违约，守约方有权要求违约方按照实际损失承担赔偿责任。

2. 除甲方原因或不可抗力因素外，乙方未能按照合同及附件约定的条件和时间提供产品或服务，每迟延一天，乙方须向甲方支付合同总价款的千分之伍（5%）作为违约金，最高不超过合同总金额的百分之十（10%）；如果延期时间超过 30 天，甲方有权终止合同，乙方应当退还甲方已支付的全部款项并支付相当于合同总价 30%的金额作为违约金。

3. 除乙方原因或不可抗力因素外，甲方未能按照合同约定支付合同金额的，经乙方催告后 10 天内仍未能及时补正的，自第 11 日起，每迟延一天，甲方须向乙方支付合同金额的万分之伍（0.5%）作为违约金，最高不超过合同总金额的百分之十（10%）。

4. 服务期内，乙方提供的服务须接受甲方组织的负向评定，累计扣分达到 12 分，则甲方有权立即终止合同，并停止支付后续款项。如给甲方造成重大损失，则甲方有权要求乙方根据本合同约定承担违约责任。

5. 在履行本合同的过程中，确因现有水平和条件下难以克服的技术困难，导致部分需求无法实现，乙方应将实现该需求的合理成本全部退还甲方。如给甲方造成重大损失，则甲方有权要求乙方根据本合同约定承担违约责任。

6. 服务期内，如乙方在规定时间内不能及时解决问题，甲方有权通过第三方渠道寻

求帮助，因此产生的费用由乙方承担。

7. 乙方在服务期内未经甲方同意，擅自将合同或其他涉及甲方的信息泄露给第三方的，甲方将视情节严重情况终止合同并追究乙方的法律责任；

第十条 履约保证金

1. 乙方在本合同生效后[15]个工作日内向甲方提交合同总额的[5]%作为履约保证金。履约保证金用于补偿甲方因乙方不能完成其合同义务而蒙受的损失。乙方不按上述约定提交履约保证金的，甲方有权单方解除合同，由此给甲方造成的损失由乙方负责赔偿。

2. 履约保证金以银行保函或不可撤销的信用证的方式提交，由甲方可接受的银行开出/汇款或转账方式提交。

3. 保证金在终验合格且质保期结束后无息退还乙方。

第十一条 其他约定

1. 通知

本合同一方给对方的通知应用书面或邮件形式送到合同首页约定的法定住址。通知以送到日期或通知书的落款日期为生效日期，两者中以晚的一个日期为准。首页约定的地址同时作为司法送达地址，双方因履行本协议发生的争议，涉及法律文书送达的，均以合同首页地址作为各方收件地址。

本项目双方联系人及联系方式如下：

甲方联系人：xxx，联系电话：xxx，邮箱：xxx@chinadaily.com.cn；

乙方联系人：xxx，联系电话：xxx，邮箱：xxx

2. 市场宣传

未经甲方书面同意，乙方不得在市场宣传中使用与甲方的合作案例，不得将中国日报社作为业务合作伙伴进行宣传，不得使用甲方的商标、标志语、徽标等。

3. 合同的完整性

如果乙方在本合同招标、谈判阶段向甲方提供过任何加盖有公章或由授权代表签名的任何正式书面承诺、保证或说明，则该书面承诺、保证或说明材料中有关乙方义务、责任或承诺的内容，均构成本合同项下乙方的义务，对乙方具有同样法律约束力，但甲方明确书面同意予以免除的除外，如上述书面承诺、保证或说明与本合同约定冲突的，以本合同约定为准。

第十二条 法律适用与争议的解决

1. 本合同适用中华人民共和国法律。
2. 凡因本合同引起的或与本合同有关的任何争议，合同双方可通过协商解决，协商不成，向甲方住所地人民法院起诉。
3. 在诉讼期间，本合同不涉及争议的条款仍须履行。

第十三条 合同的生效、变更及合同份数

1. 本合同自双方法定代表人或者授权签字人签字并加盖公章之日起生效。
2. 本合同履行期内，甲乙双方均不得随意变更或解除合同。未尽事宜，由双方共同协商达成补充协议解决。补充协议与本合同不一致的，以补充协议为准。
3. 本合同共[xx]页，一式[陆]份。甲乙双方各执[叁]份。附件为主合同的一部分，具有同等法律效力。附件与主合同内容不一致的，以[主合同]为准。

第十四条 附件

与履行本合同有关的下列文件，为本合同的组成部分，与本合同相互补充。本合同附件如下：

1. 《投标文件/响应文件》；
2. 《服务商评价表及负向评价表》
3. 《项目验收文档清单》
4. 《中国日报社项目信息安全保密协议》
5. 《廉政协议书》
6. ……

甲方：中国日报社
(公章)

乙方：
(公章)

法定代表人
或授权签字人（签字）：

法定代表人
或授权签字人（签字）：

日期：年月日

日期：年月日

第七章 投标文件格式

投标人编制文件须知

- 1、投标人按照本部分的顺序编制投标文件（资格证明文件）、投标文件（商务技术文件），编制中涉及格式资料的，应按照本部分提供的内容和格式（所有表格的格式可扩展）填写提交。
- 2、对于招标文件中标记了“实质性格式”文件的，投标人不得改变格式中给定的文字所表达的含义，不得删减格式中的实质性内容，不得自行添加与格式中给定的文字内容相矛盾的内容，不得对应当填写的空格不填写或不实质性响应，否则**投标无效**。未标记“实质性格式”的文件和招标文件未提供格式的内容，可由投标人自行编写。
- 3、全部声明和问题的回答及所附材料必须是真实的、准确的和完整的。

一、资格证明文件格式

投标文件（资格证明文件）封面（非实质性格式）

投 标 文 件

（ 资 格 证 明 文 件 ）

项目名称：

项目编号/包号：

投标人名称：

1 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定

1-1 营业执照等证明文件

中盛隆国际招标(北京)有限公司

1-2 财务状况报告

中盛隆国际招标(北京)有限公司

1-3 缴纳税收凭证

中盛隆国际招标(北京)有限公司

1-4 缴纳社会保障资金凭证

中盛隆国际招标(北京)有限公司

1-5 具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料

投标人情况表

投标人名称（公章）：

填表日期：

单位名称					
详细地址					
主管部门		法人代表		职务	
经济类型		授权代表		职务	
邮政编码		电话		传真	
单位简介及机构情况					
单位优势及特长					
单位概况	职工总数	人	生产工人 人		
			工程技术人员 人		
	员工情况	高级职称	中级职称	初级职称	技工
	人数				
	流动资金	万元	资金来源	自有资金	万元
				银行贷款	万元
	固定资产	原值	万元	净值	万元
企业财务状况		收入总额	利润总额	税后利润	负债总额
	2023				
	2024				
	2025				
主要设备状况	主要设备名称	型号	数量	设备状况	

注:上表内各项信息均应明确填写,无相应内容可填的项应当填写“无”。如果留有空项,视为该项为“不适用”或“无”。

中盛隆国际招标(北京)有限公司

1-6 无重大违法记录的书面声明

中盛隆国际招标(北京)有限公司

2 落实政府采购政策需满足的资格要求（如有）

2-1 其它落实政府采购政策的资格要求（如有）

中盛隆国际招标(北京)有限公司

3 本项目的特定资格要求（如有）

3-1 联合协议（如有）

联合协议

_____、_____及_____就“_____（项目名称）”_____包招标项目的投标事宜，经各方充分协商一致，达成如下协议：

- 一、由_____牵头，_____、_____参加，组成联合体共同进行招标项目的投标工作。
- 二、联合体中标后，联合体各方共同与采购人签订合同，就采购合同约定的事项对采购人承担连带责任。
- 三、联合体各方均同意由牵头人代表其他联合体成员单位按招标文件要求出具《法定代表人授权委托书》。
- 四、牵头人为项目的总负责单位；组织各参加方进行项目实施工作。
- 五、_____负责_____，具体工作范围、内容以投标文件及合同为准。
- 六、_____负责_____，具体工作范围、内容以投标文件及合同为准。
- 七、_____负责_____（如有），具体工作范围、内容以投标文件及合同为准。
- 八、本项目联合协议合同总额为_____元，联合体各成员按照如下比例分摊（按联合体成员分别列明）：
 - （1）_____为☐大型企业☐中型企业、☐小微企业（包含监狱企业、残疾人福利性单位）、☐其他，合同金额为_____元；
 - （2）_____为☐大型企业☐中型企业、☐小微企业（包含监狱企业、残疾人福利性单位）、☐其他，合同金额为_____元；
 - （...）_____为☐大型企业☐中型企业、☐小微企业（包含监狱企业、残疾人福利性单位）、☐其他，合同金额为_____元。
- 九、以联合体形式参加政府采购活动的，联合体各方不得再单独参加或者与其他供应商另外组成联合体参加同一合同项下的政府采购活动。
- 十、其他约定（如有）：_____。

本协议自各方盖章后生效，采购合同履行完毕后自动失效。如未中标，本协议自动终止。

联合体牵头人名称：_____

联合体成员名称：_____

盖章：_____

盖章：_____

联合体成员名称：_____

盖章：_____

日期：_____年_____月_____日

注：

1. 如本项目（包）接受供应商以联合体形式参加采购活动，且供应商以联合体形式参与时，须提供《联合协议》，否则**投标无效**。
2. 联合体各方成员需在本协议上共同盖章。

3-2 其他特定资格要求

中盛隆国际招标(北京)有限公司

4 投标保证金凭证/交款单据复印件

中盛隆国际招标(北京)有限公司

5 投标人其他资格声明

投标人其他资格声明

致：采购人或采购代理机构

在参与本次项目投标中，我单位承诺：

- （一）我单位不存在为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务后，再参加该采购项目的其他采购活动的情形（单一来源采购项目除外）；
- （二）与我单位存在“单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系”的其他法人单位信息如下（如有，不论其是否参加同一合同项下的政府采购活动均须填写）：

序号	单位名称	相互关系
1		
2		
...		

上述声明真实有效，否则我方负全部责任。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

说明：供应商承诺不实的，依据《政府采购法》第七十七条“提供虚假材料谋取中标、成交的”有关规定予以处理。

二、商务技术文件格式

投标文件（商务技术文件）封面（非实质性格式）

投 标 文 件

（商务技术文件）

项目名称：

项目编号/包号：

投标人名称：

1 投标书（实质性格式）

投标书

致：（采购人或采购代理机构）

我方参加你方就_____（项目名称，项目编号/包号）组织的招标活动，并对此项目进行投标。

1. 我方已详细审查全部招标文件，自愿参与投标并承诺如下：

（1）本投标有效期为自提交投标文件的截止之日起_____个日历日。

（2）除商务条款及技术条款偏离表列出的偏离外，我方响应招标文件的全部要求。

（3）我方已提供的全部文件资料是真实、准确的，并对此承担一切法律后果。

（4）如我方中标，我方将在法律规定的期限内与你方签订合同，按照招标文件要求提交履约保证金，并在合同约定的期限内完成合同规定的全部义务。

2. 其他补充条款（如有）：_____。

与本投标有关的一切正式往来信函请寄：

地址_____

传真_____

电话_____

电子函件_____

投标人名称（加盖公章）_____

日期：____年____月____日

2 法定代表人授权委托书（实质性格式）

法定代表人授权委托书

本人_____（姓名）系_____（投标人名称）的法定代表人（单位负责人），现委托_____（姓名）为我方代理人。代理人根据授权，以我方名义签署、澄清确认、提交、撤回、修改_____（项目名称）投标文件和处理有关事宜，其法律后果由我方承担。

委托期限：自本法定代表人授权委托书签署之日起至投标有效期届满之日止。

代理人无转委托权。

投标人名称（加盖公章）：_____

法定代表人（单位负责人）（签字或签章）：_____

委托代理人（签字或签章）：_____

日期：____年____月____日

附：法定代表人及委托代理人身份证明文件复印件：

--

说明：

- 1.若供应商为事业单位或其他组织或分支机构，则法定代表人（单位负责人）处的签署人可为单位负责人。
- 2.若投标文件中签字之处均为法定代表人（单位负责人）本人签署，则可不提供本《法定代表人授权委托书》，但须提供《法定代表人（单位负责人）身份证明》；否则，不需要提供《法定代表人（单位负责人）身份证明》。
- 3.供应商为自然人的情形，可不提供本《法定代表人授权委托书》。
- 4.供应商应随本《法定代表人授权委托书》同时提供法定代表人（单位负责人）及委托代理人的有效的身份证、护照等身份证明文件复印件。提供身份证的，应同时提供身份证双面复印件。

法定代表人（单位负责人）身份证明

致：（采购人或采购代理机构）

兹证明，

姓名：____ 性别：____ 年龄：____ 职务：____

系____（投标人名称）的法定代表人（单位负责人）。

附：法定代表人（单位负责人）身份证、护照等身份证明文件复印件：

--

投标人名称（加盖公章）：_____

法定代表人（单位负责人）（签字或签章）：_____

日期：____年____月____日

3 开标一览表（实质性格式）

开标一览表

项目编号：_____项目名称：_____报价单位：人民币元

包号	投标人名称	投标报价（元）	
		大写	小写

注：1.此表中，每包的投标报价应和《投标分项报价表》中的总价相一致。

2.本表必须按包分别填写。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

4 投标分项报价表（实质性格式）

投标分项报价表

项目编号/包号：_____ 项目名称：_____ 报价单位：人民币元

序号	分项名称	单价 (元) 数量	合价 (元)	备注/说明
1	文化研究和世界观 策划			
2	角色 IP 及二维视觉 资产开发			
3	三维模型和短视频 制作			
4	日用文化产品设计 包装和工程样品研 发			
5	用户研究和海外市 场测试			
6	数字文化展示与运 营支撑平台开发			
7	虚拟角色 AR 和沉 浸体验示范			
8	产业资源对接和国 际市场服务			
9	传播推广与交流			
10	数字资产知识产权 和合规管理			

11	项目管理培训			
12	质保和技术支持			
总价（元）				

注：

1. 本表应按包分别填写。
2. 如果不提供分项报价将视为没有实质性响应招标文件。
3. 投标人应按照以下类别提交分项报价：文化研究和世界观策划、角色 IP 及二维视觉资产开发、三维模型和短视频制作、日用文化产品设计包装和工程样品研发、用户研究和海外市场测试、数字文化展示与运营支撑平台开发、虚拟角色 AR 和沉浸体验示范、产业资源对接和国际市场服务、传播推广与交流、数字资产知识产权和合规管理、项目管理培训质保和技术支持。
4. 各项报价应列明人员投入、工作数量、成果形式、第三方服务、样品制作、技术开发、税费和其他成本。产品样品应按设计费、建模费、材料费、制作费、包装费和测试费分别报价。投标人应充分复用采购人现有数字基础设施和相关资产，对现有功能和资产可以直接使用的，不得以重新开发方式重复报价。（分项报价表格可自行增加内容，不可删减内容，删减内容废标处理）
5. 上述各项的详细规格（如有），可另页描述。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

5 商务条款偏离表（实质性格式）

商务条款偏离表

项目编号/包号：_____ 项目名称：_____

序号	招标文件条目号（页码）	招标文件要求	投标文件内容	偏离情况	说明
对本项目商务条款的偏离情况（应进行选择，未选择投标无效）： ☐ 无偏离 （如无偏离，仅选择无偏离即可；无偏离即为对商务条款中的所有要求，均视作供应商已对之理解和响应。） ☐ 有偏离 （如有偏离，则应在本表中对偏离项逐列明；对商务条款中的所有要求，除本表列明的偏离外，均视作供应商已对之理解和响应。）					

注：“偏离情况”列应据实填写“正偏离”或“负偏离”。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

6 技术条款偏离表

技术条款偏离表

项目编号/包号：_____ 项目名称：_____

序号	招标文件条 目号(页码)	招标文件要求	投标响应内容	偏离情况	说明

注：

1. 对招标文件中的所有技术条款要求进行逐项响应。
2. “偏离情况”列应据实填写“无偏离”、“正偏离”或“负偏离”。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

7 中小企业证明文件

说明：

- 1) 中小企业参加政府采购活动，应当出具《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件，以证明中小企业身份。《中小企业声明函》由参加政府采购活动的投标人出具。联合体投标的，《中小企业声明函》可由牵头人出具。
- 2) 对于联合体中由中小企业承担的部分，或者分包给中小企业的部分，必须全部由中小企业制造、承建或者承接。供应商应当在声明函“标的名称”部分标明联合体中中小企业承担的具体内容或者中小企业的具体分包内容。
- 3) 对于多标的采购项目，投标人应充分、准确地了解所提供货物的制造企业、提供服务的承接企业信息。对相关情况了解不清楚的，不建议填报本声明函。
- 4) 温馨提示：为方便广大中小企业识别企业规模类型，工业和信息化部组织开发了中小企业规模类型自测小程序，在国务院客户端和工业和信息化部网站上均有链接，投标人填写所属的行业和指标数据可自动生成企业规模类型测试结果。本项目中小企业划分标准所属行业详见第二章《投标人须知资料表》，如在该程序中未找到本项目文件规定的中小企业划分标准所属行业，则按照《关于印发中小企业划型标准规定的通知（工信部联企业〔2011〕300号）》及《金融业企业划型标准规定》（〔2015〕309号）等国务院批准的中小企业划分标准执行。

中小企业声明函（工程、服务）格式

本公司（联合体）郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）的规定，本公司（联合体）参加（单位名称）的（项目名称）采购活动，工程的施工单位全部为符合政策要求的中小企业（或者：服务全部由符合政策要求的中小企业承接）。相关企业（含联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业）的具体情况如下：

1. （标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元¹，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

2. （标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

.....

以上企业，不属于大企业的分支机构，不存在控股股东为大企业的情形，也不存在与大企业的负责人为同一人的情形。

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（盖章）：_____

日期：_____

¹从业人员、营业收入、资产总额填报上一年度数据，无上一年度数据的新成立企业可不填报。

残疾人福利性单位声明函格式

本单位郑重声明，根据《财政部 民政部 中国残疾人联合会关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）的规定，本单位（请进行选择）：

☐不属于符合条件的残疾人福利性单位。

☐属于符合条件的残疾人福利性单位，且本单位参加_____单位的_____项目采购活动提供本单位制造的货物（由本单位承担工程/提供服务），或者提供其他残疾人福利性单位制造的货物（不包括使用非残疾人福利性单位注册商标的货物）。

本单位对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

单位名称（盖章）：

日 期：

8 拟分包情况说明

拟分包情况说明（不适用）

致：（采购人或采购代理机构）

我单位参加贵单位组织采购的项目编号为_____的_____项目（填写采购项目名称）中__包（填写包号）的投标。拟签订分包合同的单位情况如下表所示，我单位承诺一旦在该项目中获得采购合同将按下表所列情况进行分包，同时承诺分包承担主体不再次分包。

序号	分包承担主体名称	分包承担主体类型（选择）	资质等级	拟分包合同内容	拟分包合同金额（人民币元）	占合同金额的比例（%）
1		☐ 中型企业 ☐ 小微企业 ☐ 其他				
2		☐ 中型企业 ☐ 小微企业 ☐ 其他				
...						
合计：						

注：

1. 如本项目（包）允许分包，且投标人拟进行分包时，必须提供；如未提供，或提供了但未填写分包承担主体名称、拟分包合同内容、拟分包合同金额，**投标无效**。
2. 如本招标文件《投标人须知资料表》载明本项目分包承担主体应具备的相应资质条件，则投标人须在本表中列明分包承担主体的资质等级，并后附资质证书复印件，否则**投标无效**。
3. 投标人“为落实政府采购政策”而向中小企业分包时请仔细阅读资格证明文件格式 2-1 中说明，并建议按要求在资格证明文件中提供相关全部文件；投标人非“为落实政府采购政策”而向中小企业分包时，建议在本册提供。

投标人名称（盖章）：_____

日期：_____年_____月_____日

中盛隆国际招标(北京)有限公司

分包意向协议（不适用）

甲方（投标人）：_____

乙方（拟分包单位）：_____

甲方承诺，一旦在_____（采购项目名称）（项目编号/包号为：_____）

招标采购项目中获得采购合同，将按照下述约定将合同项下部分内容分包给乙方：

1. 分包内容：_____。

2. 分包金额：_____，该金额占该采购包合同金额的比例为____%。

乙方承诺将在上述情况下与甲方签订分包合同。

本协议自各方盖章之日起生效，如甲方未在该项目（采购包）中标，本协议自动终止。

甲方（盖章）：_____

乙方（盖章）：_____

日期：_____年_____月_____日

注：

1. 投标人“为落实政府采购政策”而向中小企业分包时必须提供，否则**投标无效**；且建议按照采购文件要求在资格证明文件部分提供；
2. 投标人满足《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）第九条有关规定，拟享受中小企业政策优惠措施的，仍需提供本协议，否则不予认可；
3. 投标人须与所有拟分包单位分别签订《分包意向协议》，每单位签订一份，并在投标文件中提交全部协议原件，否则不予认可。

9 招标文件要求提供或投标人认为应附的其他材料

中盛隆国际招标(北京)有限公司